

**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN COMO PROPUESTA PARA FORTALECER EL
APRENDIZAJE DE UNA LENGUA EXTRANJERA**



AUTOR

Laura Camila Rodríguez Castellanos

Trabajo de grado para optar por el título de Comunicador(a) Social

Énfasis en Comunicación Organizacional

DIRECTORA

Janneth Arley Palacios Chavarro

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA

FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LENGUAJE

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Bogotá D.C.

2014

ARTÍCULO 23

“La Universidad no se hace responsable por los conceptos emitidos por los alumnos en sus trabajos de grado, solo velará porque no se publique nada contrario al dogma y la moral católicos y porque el trabajo no contenga ataques y polémicas puramente personales, antes bien, se vean en ellas el anhelo de buscar la verdad y la justicia”

INDICE

ÍNDICE GENERAL.....	8
INTRODUCCIÓN.....	10
DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	13
1.1 Contexto	13
1.2 Justificación.....	14
1.4 Objetivos	16
1.4.1 Objetivo General	16
1.4.2 Objetivos Específicos	16
MARCO TEÓRICO	17
2.1 Aprendizaje	17
2.1.1 Acerca del concepto de aprendizaje	17
2.1.2 El papel del Aprendiz	19
2.1.3 Teorías sobre el aprendizaje	22
2.1.4 Sociedad del Conocimiento, constructivismo y conectivismo	27
2.1.5 Estilos de Aprendizaje.....	31
2.2. Aprendizaje de una Lengua Extranjera.....	36
2.2.1. Conceptualización.....	36
2.2.2 Aprendizaje de Lenguas Extranjeras y el Papel de la Comunicación.....	37
2.2.3 Competencias en al área de Lenguas Extranjeras.....	41
2.3. Comunicación Estratégica	46
2.3.1 Definiendo concepto de Estrategia.....	47
2.3.2 Definición Comunicación Estrategica y Estrategia de Comunicación.....	51
2.3.3 Estrategia de Comunicación.....	53
MARCO METODOLÓGICO	58
3.1 Enfoque de la Investigación	58
3.2 Tipo de Investigación	59
3.3 Ámbito de la Investigación.....	61
3.4 Categorías y Subcategorías de Análisis.....	61
3.5 Herramientas de recolección de Datos	67
3.6 Población y Muestra	69
3.7 Proceso Metodológico	70
CARACTERIZACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE LENGUAS	72

RESULTADOS Y ANÁLISIS OBTENIDOS	74
4.1 Caracterización de la muestra.....	75
4.2 Resultados y análisis por categoría y subcategoría	79
4.2.2 Análisis comparativo entre nivel y dificultad de competencias	83
4.3 Resultados Globales	92
ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER EL APRENDIZAJE DE UNA LENGUA EXTRANJERA	97
5.1 Problemática Identificada.....	97
5.2 Justificación.....	98
5.3 Objetivos	98
5.3.1 Objetivo General	98
5.3.2 Objetivos Específicos	99
5.4. Público Objetivo.....	99
5.5 Estrategias	100
5.5.1 Estrategia #1	100
5.5.2 Estrategia #2	103
5.5.3 Estrategia #3	106
5.5.4 Estrategia #4	109
5.6 Presupuesto.....	110
CONCLUSIONES.....	112
Bibliografía.....	115

INTRODUCCIÓN

El Departamento de Lenguas de la Universidad Javeriana, más que un Departamento es un Centro de Investigación donde las reflexiones de su quehacer cotidiano se encuentran principalmente orientadas a las relaciones existentes entre lenguajes-mediaciones-discursos-ideologías y el aprendizaje de nuevas lenguas junto con la interacción y la cultura. En ese sentido, el Departamento establece su base en los estudios del Lenguaje y en la Lingüística Aplicada y se constituye día a día en un escenario para la comprensión y el diálogo de propuestas teóricas y prácticas, que asumen el lenguaje como fundamento de toda interpretación y como fuente de toda transformación de la realidad humana.

Entre las áreas de trabajo del Departamento se encuentra el área de Lenguas Extranjeras, componente esencial de este organismo, que administra y apoya los procesos académicos de los cursos de lenguas extranjeras ofrecidos por el Departamento a toda la comunidad estudiantil de la Universidad, lo cual indica que una gran cantidad de estudiantes se encuentra en el proceso de enseñanza-aprendizaje de una lengua extranjera dentro de la Universidad a partir de los cursos ofrecidos.

En este sentido, este trabajo de investigación busca profundizar sobre el proceso de aprendizaje de una lengua extranjera y comprender cómo la comunicación puede aportar a fortalecer dicho aprendizaje. Para ello, este trabajo desarrolla un planteamiento teórico que recoge diferentes posturas sobre el aprendizaje y la comunicación y analiza el proceso de aprendizaje del caso específico de los estudiantes de la Universidad para identificar necesidades y problemáticas que afectan directamente a los estudiantes.

A partir de estas oportunidades de mejora, se toma a la Comunicación como método para el apoyo y fortalecimiento de este proceso de aprendizaje de una lengua extranjera, entendiendo la Comunicación como escenario de diálogo e interacción, puesta en común, generación de vínculos, apropiación de cultura y transformación de realidades.

Así mismo, se abre un espacio importante dentro de este trabajo, al campo de las Tecnologías de Información y Comunicación, las cuales se instauran como una herramienta que responde a las necesidades de la Sociedad del Conocimiento y que posibilitan la participación y la construcción de entornos colaborativos e interactivos en tiempo real, que superan los límites tradicionales del tiempo y del espacio y permiten al estudiante ser el protagonista de su propio proceso de aprendizaje.

Por ello, el presente trabajo plantea como objetivo general identificar en qué medida la comunicación puede apoyar el proceso de aprendizaje de una lengua extranjera en la Universidad Javeriana, atendiendo las necesidades y problemáticas identificadas durante la etapa de diagnóstico. Con estos insumos, se propone al Departamento de lenguas y a la Universidad, un conjunto de acciones de orden estratégico que desde la comunicación, fortalezcan la apropiación de una lengua extranjera, y sumado a esto construyan comunidad, mejoren el conocimiento de otras culturas, motiven el interés de aprender otro idioma y finalmente, que se beneficie totalmente al aprendiz.

De esta manera, el presente trabajo se encuentra estructurado en cinco capítulos: Capítulo I. Definición del Problema: donde se presenta el contexto, la justificación y los objetivos. Capítulo II: Marco Teórico: consiste en las bases conceptuales de la investigación con respecto al

aprendizaje en general y específico de una lengua extranjera, al papel del estudiante en el entorno moderno y el papel de la comunicación dentro de este proceso y la comunicación estratégica. Así mismo se expone una caracterización del Departamento de Lenguas de la Universidad Javeriana de Bogotá. Capítulo III. Marco Metodológico: consiste en las consideraciones metodológicas del estudio, con respecto al enfoque y tipo de investigación, ámbito, categorías y subcategorías de análisis, las herramientas de recolección de datos, la población y muestra, y finalmente el proceso metodológico. Capítulo IV. Análisis de Resultados: presenta los resultados obtenidos de la observación, entrevista y encuestas realizadas a los estudiantes aprendices de una lengua extranjera de la Universidad Javeriana. Capítulo V. Consiste en el desarrollo de la Propuesta de la Estrategia de Comunicación como apoyo al proceso de aprendizaje de una lengua extranjera. Y a partir de esto, finalmente, se exponen las conclusiones de la investigación.

Se espera que este trabajo inspire nuevas investigaciones y sirva de insumo para la proyección que tiene el Departamento con el aprendizaje de lenguas extranjeras.

I. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

1.1 Contexto

La globalización ha traído consigo la necesidad de que las personas aprendan y desarrollen una o más lenguas extranjeras como un requisito fundamental para instaurarse y desempeñarse en las nuevas dinámicas mundiales, y con ello, que pueda comprender y sobre todo, comunicarse dentro de culturas ajenas a la propia y de generar un mayor número de relaciones.

Es por esto, que conscientes de ese entorno cambiante, no sólo las instituciones de enseñanza dedicadas a lenguas extranjeras sino la mayoría de las instituciones escolares, buscan que sus estudiantes adquieran y desarrollen al menos un idioma aparte de su lengua materna. Entendiendo que el logro de este aprendizaje a partir de un proceso riguroso y persistente, conduce satisfactoriamente al surgimiento de nuevas y mayores oportunidades para las sociedades, al reconocimiento de otras culturas y al crecimiento individual y colectivo, lo que conduce a su vez, a incrementar las posibilidades de movilidad social y a generar condiciones más igualitarias para el desarrollo de las personas, las sociedades, las culturas.

No obstante, el proceso de enseñanza-aprendizaje de lenguas extranjeras ha sido una dinámica educativa cambiante a través del tiempo. Los enfoques y metodologías actuales, a diferencia de los tradicionales, tienen como punto esencial el desarrollo de las competencias comunicativas y así mismo, lograr que el estudiante sea un agente activo en su proceso de aprendizaje, autónomo de su propia construcción de conocimiento.

En este sentido, la comunicación se puede presentar como una alternativa novedosa dentro de este proceso de aprendizaje en específico, ya que en el caso puntual de los estudiantes de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá aprendices de una lengua extranjera existe la necesidad de reforzar y ampliar este proceso de aprendizaje, que no se limite exclusivamente al aula de clase, para que se logre la completa apropiación de los diferentes idiomas, teniendo en cuenta la importancia del papel del estudiante activo y las competencias tanto generales como comunicativas. Esto fundamentado en que no sólo basta con aprender una lengua sino adquirirla, lo cual se explica como la adquisición de conocimientos y capacidades, no explícitamente enseñadas, que permiten utilizar una lengua no nativa resultado de una exposición directa al texto o de una participación directa en situaciones comunicativas. (Cervantes, 2014)

1.2 Justificación

Es importante que todos los estudiantes de las diferentes facultades de la Universidad tengan un óptimo aprendizaje de al menos una lengua extranjera, en la medida que para un profesional ya no es suficiente tener conocimientos en su área sino también tener la facilidad de comunicarse con diferentes actores sociales.

Este óptimo proceso incluye no sólo impartir conocimientos por parte de un docente, sino también compartirlos, construirlos involucrando de manera activa, directa y participativa a los aprendices, quienes como individuos y agentes sociales, deben desarrollar una serie de competencias y utilizarlas en distintos contextos tanto dentro del aula como fuera de ella y en distintas condiciones.

De este modo, es de suma relevancia investigar la forma como se está realizando en cierta medida el proceso de aprendizaje de una lengua extranjera en los estudiantes de la Javeriana de Bogotá. Así mismo, detectar en qué medida la comunicación puede desempeñar un papel importante dentro de este proceso. Teniendo en cuenta que la comunicación es la condición que puede posibilitar la mejora de las competencias comunicativas indispensables en la adquisición de una lengua y la presencia del uso de estrategias de comunicación en el aprendizaje son indispensables, el eje de investigación gira alrededor de estos dos temas. Como lo afirma el Instituto Cervantes de España “La comunicación y el aprendizaje suponen la realización de *tareas* que no son sólo de carácter lingüístico, aunque conlleven actividades de lengua y requieran de la competencia comunicativa del individuo; en la medida en que estas tareas no sean ni rutinarias ni automáticas, requieren del uso de *estrategias* en la comunicación y en el aprendizaje”. (Cervantes, 2014)

Por lo tanto, la educación como proceso de comunicación es decir, diálogo, reflexión colectiva, puesta en común y participación, es indispensable en una sociedad donde los espacios de aprendizaje ya no son los únicos que forman al individuo como se creía tradicionalmente.

1.3 Preguntas de investigación

¿De qué manera la comunicación puede apoyar y mejorar el aprendizaje de una lengua extranjera en la Universidad Javeriana?

Preguntas complementarias

¿Qué competencias debe desarrollar un aprendiz de una lengua extranjera, cuáles logra y cuales representan mayor dificultad? ¿Qué actividades y herramientas le ofrece la Universidad al aprendiz para mejorar sus competencias y dominios de una lengua extranjera? ¿Cómo se puede involucrar de manera más activa al estudiante en sus propios procesos de aprendizaje? ¿De qué forma se pueden aprovechar las tecnologías actuales de información y comunicación para fortalecer estos procesos?

1.4 Objetivos

Objetivo General

Identificar en qué medida la comunicación puede apoyar el proceso de aprendizaje de una lengua extranjera en la Universidad Javeriana.

Objetivos Específicos

1. Analizar el proceso de aprendizaje de una lengua extranjera fuera del aula de clase a partir de las competencias que enmarcan el aprendizaje de una lengua extranjera.
2. Identificar las actividades y herramientas que se ofrecen al estudiante para fortalecer su aprendizaje.
3. Diagnosticar el estado de las competencias necesarias para el aprendizaje de una lengua extranjera así como el estado de las herramientas y actividades de apoyo.
4. Identificar necesidades dentro del proceso de aprendizaje de una lengua extranjera en la Universidad.
5. Diseñar una estrategia que permita mejorar y aportar a las problemáticas y necesidades identificadas.

II. MARCO TEÓRICO

2.1 EL APRENDIZAJE

2.1.1 Acerca del concepto de aprendizaje

El aprendizaje es la capacidad del ser humano que le permite estar en un nivel cada vez más avanzado de conocimientos, comportamiento y conducta a través de un proceso interno de cambio, en el que aprende y adquiere algo nuevo, que supone modificación alguna en las adquisiciones previas. Cabe resaltar que la concepción del aprendizaje varía según la teoría bajo la cual se explique, pero a modo general según Bruner, psicólogo especialista de la Universidad de Harvard “aprender es un proceso dinámico: es el cambio que se produce en los conocimientos y estructuras mentales mediante la experiencia interactiva de los mismos y de lo que llega de afuera del individuo. El aprendizaje se acumula de modo que pueda servir como guía en el futuro y base de otros aprendizajes”. (Bruner, 1978)

Sin embargo, las distintas teorías del aprendizaje, coinciden en afirmar que aprender implica cambiar conocimientos o conductas precedentes, postulando que el aprendizaje constituye un proceso en que, a partir de las adquisiciones previas, se producen reorganizaciones o reestructuraciones del conocimiento y conducta. Lo cual resulta como la modificación de lo que se sabe y de lo que hace. (Rivas N., 2008)

Podría decirse que el aprender, es una característica y necesidad humana. Algunos autores como Premack y Premack (1996), afirman que sólo los humanos disponen de la capacidad de entender las mentes de los demás y, por lo tanto, atribuirles estados de conocimiento o ignorancia que

hacen mentalmente posible y culturalmente necesaria la enseñanza (Premack & Premack, 1996), lo que a su vez, posibilita el interés y la capacidad de ayudar a otros a aprender.

Este proceso se produce continuamente y a lo largo de la vida de cada persona, ya que el sistema humano de aprendizaje está activo en todo momento, constituyendo así una propiedad esencial y, por tanto, inherente a su propia naturaleza.

Desde otras perspectivas, el aprendizaje se concibe como el proceso de apropiación de conocimientos, experiencias, habilidades y actitudes, logradas mediante la enseñanza teórica o práctica, la imitación, la observación o la experiencia individual, entre otras, pero que en conjunto, puede combinar diferentes actores, dinámicas, estilos, metodologías y herramientas. Esta circunstancia hace que el concepto de aprendizaje y la relación enseñanza – aprendizaje, se plantee desde diferentes teorías, a lo que se le suma el hecho, de que son procesos que se han transformado con el tiempo, producto de los diferentes cambios que ha vivido la sociedad.

Por el aprendizaje, las personas adquieren no sólo conocimientos, sino que desarrollan formas de conducta, de acción y de pensamiento. Esta dinámica que ofrece el aprendizaje, ha llevado a que la humanidad idee, promueva y genere cambios significativos en su entorno, en su forma de interpretar y conocer el mundo y en su manera de interactuar en él. Así mismo, el conocimiento sobre lo que significa el aprendizaje en sí mismo, plantea diferentes posturas, además porque los seres humanos también construyen distintos procesos de aprendizaje, incluso dependiendo de la etapa de la vida en la que se encuentren o de acuerdo a sus intereses, áreas de dominio, competencias o actividades específicas que desarrollen.

Finalmente, cabe remarcar la definición que hace uno de los más grandes exponentes e influyentes en el ámbito educativo: Lev Vygotski, quien propone al aprendizaje como un proceso sociocultural fundamental para el desarrollo del ser humano. De acuerdo con eso, su teoría toma como aspectos principales el contexto o medio en el cual se encuentra inmerso el aprendiz y así mismo, la interacción social, la cual se convierte en el motor del desarrollo gracias a mediadores que influyen como guía en el proceso de aprendizaje (PsicoPedagogía, 2014)

2.1.2 El papel del aprendiz

El proceso de aprendizaje, necesariamente conduce a una mirada sobre el papel de la persona que recibe y participa del aprendizaje, en este caso, el aprendiz. Si bien su definición, comprensión y conceptualización está sujeta a las diferentes posturas con las que se explican los diferentes tipos de aprendizaje, a continuación se presentan algunas diferencias que plantea el aprendizaje en relación con la figura del aprendiz.

Resulta indispensable plantear las modalidades del aprendizaje que determinan la instancia en la cual se encuentra el aprendiz. En este sentido, el aprendizaje *implícito* y el aprendizaje *explícito* constituyen, pues, dos grandes modalidades, que se producen en situaciones y condiciones distintas de aprendizaje, cuyos resultados se interrelacionan de forma constante. (Rivas N., 2008).

De acuerdo con Manuel Rivas Navarro (2008), el aprendizaje *implícito* es aquel también conocido como el incidental o inconsciente, ya que ocurre principalmente sin que el sujeto se

haya propuesto el objetivo de aprender. Por lo tanto, se produce un aprendizaje espontáneo, producto de numerosas experiencias a las que recurre el individuo en sus interacciones cotidianas con el mundo físico y social; lo cual incluye la percepción de las regularidades del entorno, con efectos en la predicción y control de sucesos que ocurren en el mismo.

Por su parte, el aprendizaje *explícito* es aquel que se desarrolla de manera intencional. Se produce con conciencia del aprendiz quien busca lograr el aprendizaje de cualquier índole, bien sea a partir de la enseñanza otorgada por un docente o mediante su propia autonomía y/o con la ayuda mediata, de cualquier actividad, programa, estrategia o instrumento producido para dicha función.

En este sentido, “vale la pena insistir en que lo decisivo en el aprendizaje es la actividad interna del aprendiz, limitándose los medios, instrumentos y personas, profesores incluidos, a ayudarle o facilitarle, desde el exterior, el propio proceso personal de aprendizaje, creando deliberadamente situaciones con las condiciones pertinentes para que el aprendiz procese adecuadamente los estímulos informativos que inciden en sus órganos sensoriales.” (Rivas Navarro, 2008, p.23)

De acuerdo, con esto, se debe tener en cuenta dentro de este proceso, que el aprendizaje sólo se produce en la cabeza del aprendiz, y él es quien realiza el procesamiento de la información a la que se ha expuesto sin que nadie más pueda realizarlo por él; por consiguiente, es este quien debe ser el personaje activo a la hora de recibir y captar la información y al momento de poner en práctica lo aprendido, realizando todo recurso en relación con esta causa.

Más específicamente, el aprendiz debe lograr la adquisición o incorporación de algo nuevo, es decir, volverse capaz de hacer algo distinto de lo que ya hacía antes; siendo esta la condición para que se produzca ese cambio del cual nos habla el concepto del aprendizaje. “Aprender es un cambio perdurable de la conducta o en la capacidad de conducirse de manera dada como resultado de la práctica o de otras formas de experiencia” (Shuell, 1986). Tal como también lo plantea el profesor Delclaux, citado por Rivas (2008), quien afirma que el aprendizaje incluye la adquisición de conductas, de información o conocimiento, de habilidades o destrezas, de estrategias, de nuevas formas de comportamiento o actuación (Rivas Navarro, 2008).

Estas facultades son las que dan por sentado un cambio de lo que sabe y de lo que hace el aprendiz, en un proceso donde hay un estado inicial en un momento dado y un estado final o nuevo estado en un momento posterior. Sin embargo, el aprendizaje como proceso interior, es inferencial, es decir, que no es directamente observable hasta que no se llega a la ejecución o puesta en práctica de lo adquirido, la cual si puede evaluarse y hasta medirse. (Rivas Navarro, 2008).

De acuerdo con estas explicaciones y a modo de resumen, se pueden destacar tres criterios fundamentales para entender el aprendizaje a partir del papel del aprendiz:

- a) Es un cambio que incide en la conducta o en la forma de ser, pensar y hacer del ser humano.
- b) Es perdurable, lo cual supone que esa forma de ser, pensar y hacer se mantiene en el ser humano a lo largo del tiempo.

- c) El aprendizaje se fortalece cuando se combina con la práctica y otras formas de experiencia.
- d) El aprendizaje no solo de manera espontánea o implícita, sino cuando hay interés, motivación y una intención que permita su desarrollo.

Cabe resaltar en este punto, que el proceso de aprendizaje así como muchos objetos de estudio, está explicado a través de un conjunto de principios aglomerados en teorías propuestas por diferentes psicólogos y educadores, las cuales nos ofrecen un marco de referencia para el dominio del abordaje sustentable de este tema de investigación.

2.1.3 Teorías sobre el aprendizaje

Así como las formas de aprendizaje son diversas, las teorías existentes sobre el aprendizaje también son amplias y variadas. Las teorías desarrolladas pretenden dar cuenta de la forma cómo se identifican, estructuran y articulan significados y cómo se crean, aprenden y apropian nuevos conceptos.

En primer lugar se encuentran las teorías clásicas y tradicionales: la teoría *conductual* y la *cognoscitiva*, las cuales denotan cómo ocurre el proceso de aprendizaje y son consideradas las primeras teorías que abordaron la explicación de este fenómeno a modo general, y tras ellas llegaron unas cuantas más que llevaban consigo un complemento de la anterior.

La teoría conductual o conductista, inaugurada por John B. Watson (1878-1958) considera que el aprendizaje es un cambio en la forma del comportamiento o cambio de conducta en función del medio, es decir, es la forma como actúa una persona ante una situación determinada. Por lo

cual, aprender es la formación de asociaciones entre estímulos y respuestas con el reforzamiento selectivo de las correctas; de modo que éste para la corriente del conductismo se explica en términos de fenómenos observables y asociaciones simples (Schunk, 1997). En este paradigma, se destaca el valor de la experiencia como fuente primaria en la adquisición del conocimiento. De este modo, aquí entran los empiristas a explicar el fenómeno del aprendizaje, quienes postulan que la experiencia sensorial constituye el fundamento de todo conocimiento, sin dejar de un lado la experiencia interna, que implica actos mentales de asociación, imaginación y memoria.

Los principales pilares sobre los que se ha constituido la teoría conductual son: el condicionamiento clásico propuesto por el fisiólogo ruso Iván Parlov, quien explicó el aprendizaje como un proceso de respuesta a un estímulo condicionado y no condicionado. La respuesta condicionada, es aquella emocional o fisiológica que ocurre de forma natural y la respuesta condicionada que es aquella respuesta que es aprendida frente a un estímulo.

Por otra parte está el condicionamiento instrumental de Edward Thorndike, quien propuso el aprendizaje como la relación ensayo-error. Este condicionamiento es una forma de aprendizaje por medio del cual un sujeto tiene más probabilidad de repetir formas de conducta que generen consecuencias positivas, que repetir las que conllevan consecuencias negativas.

Complementaria a la visión del condicionamiento instrumental, está el condicionamiento operante de Skinner, quien lo define como un proceso de ejercer control sobre la conducta de un

organismo en un cierto ambiente, por medio de la aplicación del refuerzo que altera la probabilidad futura de que ocurra una respuesta.

Por su parte, *la teoría cognoscitiva* subraya que el aprendizaje es la adquisición de conocimientos y estructuras mentales y, así mismo, el procesamiento de la información, lo cual incluye: adquisición, organización de ideas, codificación, repaso, almacenamiento, percepciones y memoria (Schunk, 1997). Se dice que la aparición de la psicología cognitiva se produjo a partir de aquel 1956, como una consecuencia más del nuevo mundo científico, tal como lo afirma Bruner, uno de los padres fundadores de esta teoría, al decir “hoy me parece claro que la revolución cognitiva constituyó una respuesta a las demandas tecnológicas de la Revolución Postindustrial” (.Pozo, 2006), lo cual indica, que este nuevo movimiento cognitivo adoptó un enfoque de acuerdo a esas demandas y el ser humano pasó a concebirse como un procesador de información.

Dentro de esta corriente, se pueden encontrar numerosos representantes, pero cabe resaltar a su máximo exponente Jean Piaget, figura más relevante para entender la psicología del desarrollo cognitivo y a Lev Vygotski. Para ellos, el conocimiento se construye en un proceso de interacción, donde no hay sujeto sin objeto, ni objeto sin sujeto; pero también influyen las interacciones socio-cognitivas, en las que el aprendizaje es el resultado del intercambio que se establece con otra persona. Piaget por su parte, es quien aborda este ámbito desde una perspectiva genética, interesándose por los cambios cualitativos que tienen lugar en la formación mental de una persona a lo largo de su vida y por las transformaciones de cómo se organiza el conocimiento en cada etapa del desarrollo y crecimiento humano; generando así un gran aporte

para optimizar los procesos de enseñanza-aprendizaje a partir de caracterizaciones. Vigotski, a diferencia de Piaget, pone de relieve las relaciones del individuo quien va a participar del proceso de aprendizaje con la sociedad, por lo cual, el conocimiento no se construye únicamente de modo individual sino que también se forma a medida que los aprendices interactúan con otros conocedores.

De acuerdo con las teorías mencionadas anteriormente, se podría decir que estas hacen parte de la didáctica tradicional, en la cual el proceso de enseñanza-aprendizaje es una transmisión de conocimientos y verdades, en donde el docente ejerce el rol principal.

Pero entrando en la didáctica moderna, donde el papel del aprendiz deja de ser pasivo, contemplativo y receptivo, quien únicamente absorbe, repite y acepta, podemos hacer referencia a las teorías del aprendizaje que surgieron más adelante.

En este sentido, aparece *el constructivismo*, el cual ofrece un nuevo paradigma asociado a las dinámicas de “la sociedad del conocimiento” y motivado por poner al estudiante como el principal actor en el proceso del aprendizaje y en consecuencia, ser activo, autónomo y principalmente constructor de su propio conocimiento. En este sentido, la teoría constructivista “propone que el ambiente de aprendizaje debe sostener múltiples perspectivas o interpretaciones de realidad, construcción de conocimiento, actividades basadas en experiencias ricas en contexto” (Jonassen, 1991, p.139)

Desde la perspectiva del constructivismo, el estudiante o aprendiz, asume un papel determinante el proceso de aprendizaje, tanto por su nivel de interacción en el proceso como por su capacidad de aportar, construir y generar conocimiento. Para Serrano (2011), “el constructivismo, en

esencia, plantea que el conocimiento no es el resultado de una mera copia de la realidad preexistente, sino de un proceso dinámico e interactivo a través del cual la información externa es interpretada y reinterpretada por la mente” ((Serrano, 2011, p. 11)

Dentro del panorama de las diferentes teorías sobre aprendizaje que existen en la actualidad, también aparece el *Conectivismo*, relacionado con el constructivismo, el cual es conocido como la teoría del aprendizaje para la era digital, desarrollado por George Siemens. Este describe el aprendizaje como un proceso de creación de una red de conocimiento personal, es decir, es una conexión que es mucho más poderosa si procede de un trabajo compartido facilitado por tecnologías. (Morrás, 2011)

A continuación se presenta una tabla resumen que reúne las teorías mencionadas junto con sus pilares y características principales.

Tabla 1. Principales teorías del aprendizaje

TEORIA	CONDUCTUAL	COGNITIVA	CONSTRUCTIVISTA	CONECTIVISMO
Característica	Estudio de la conducta humana con énfasis en el comportamiento observable.	Estudio del procesamiento de la información. Modelo estructurado basado en la experiencia.	Estudia la capacidad autónoma del aprendiz. El conocimiento es una construcción del ser humano.	Estudia el aprendizaje en relación a las nuevas tecnologías y la era digital.
Exponentes	Watson	Piaget y Vygotsky	Decroly	Siemens
El aprendizaje es ...	Lograr la respuesta adecuada mediante estímulos.	Adquisición de conocimientos y estructuras mentales.	Un proceso dinámico e interactivo, en el cual se deben dar interpretaciones de realidad y construcción	Es un proceso de conexión de nodos o fuentes de información especializada

			de conocimiento.	facilitado por las TIC. “El aprendizaje debe conectarse”
Rol del Estudiante	El estudiante obedece	El estudiante participa en el proceso de aprendizaje.	El estudiante construye su conocimiento	El estudiante escoge qué aprender, su conocimiento y genera conexiones. Tiene la capacidad de conectar, recombinar y recrear.
Factores que influyen	Naturaleza de recompensa	Esquema existente, experiencias anteriores.	Compromiso, participación activa, factores sociales.	Diversidad de la red y el flujo de información. Los vínculos.

Fuente: Adaptada de Learning and Knowing networks: Changing roles for Educators and Designers y de la tabla comparativa de las teorías de aprendizaje de Uoc Metic. (UOC METIC, 2014)

2.1.4 Sociedad del conocimiento, constructivismo y conectivismo

De acuerdo con las diferentes perspectivas planteadas anteriormente, el presente trabajo de investigación se fundamentará desde *la teoría constructivista* y *la teoría del conectivismo*. La escogencia de estas dos teorías obedece a que las anteriores teorías resultan insuficientes para comprender las diversas formas de aprender, y la concepción del aprendizaje se plantea como la simple adquisición de respuestas, producto de estímulos diversos, como lo señala el conductismo. Aunque, la adquisición de conocimientos por parte de la corriente cognitiva, propone al aprendiz con un papel más activo, también queda limitada, ya que según esta el aprendiz no llega a tener el control sobre su proceso de aprendizaje. El aprender, en las teorías clásicas se concibe como registrar y repetir mecánicamente los mensajes informativos dentro del almacén sensorial. Este planteamiento se queda corto al no dar cuenta de lo que ocurría en la mente del alumno o aprendiz mientras aprendía y al reducir el proceso de aprendizaje a una

relación de estricta de recepción de información. De esta manera, tanto el conductismo como el cognitivismo, ven el conocimiento como externo al aprendiz y al proceso de aprendizaje.

Mientras que el constructivismo y, en cierta parte el conectivismo, asumen que los aprendices, no son simples recipientes vacíos para ser llenados con conocimiento. Por el contrario, asumen el papel del aprendiz desde su capacidad de crear significado activamente, seleccionar y perseguir su propio aprendizaje (Siemens, 2004).

Es necesario reconocer que las dinámicas en las que se generan las diferentes formas de aprendizaje se ven transformadas por las mismas dinámicas de la sociedad, por lo tanto, en este punto, es relevante acercarnos a lo que representa la “Sociedad del conocimiento”, término introducido por Peter Drucker en la década de los años 60, ya que esta noción resalta las nuevas formas de producir conocimiento, donde se concede una relevancia crucial a la producción de productos intensivos en conocimiento y a los servicios basados en este mismo. Adicionalmente, este concepto de sociedad hace referencia a cambios no sólo en las áreas tecnológicas y económicas estrechamente relacionadas con las TIC, sino también en el ámbito de planificación de la educación y formación. (Krüger, 2006)

En medio de la llamada “Sociedad del conocimiento”, en donde el conocimiento es considerado como uno de los principales causantes del crecimiento junto con los factores capital y trabajo, (Drucker, 1994), citado por (Krüger, 2006); el conectivismo y constructivismo, son las teorías que mejor se adaptan a esta nueva época. Por lo cual, resulta importante considerar el impacto que tienen las diferentes herramientas y plataformas de comunicación e información, en nuestra cultura y desde luego, en las diferentes formas como desarrollamos el aprendizaje.

De acuerdo con estas nuevas dinámicas, el aprendizaje demanda del aprendiz, el desarrollo de la capacidad de aprender de manera autónoma, crear su propio proceso de aprendizaje, fortalecer sus habilidades de buscar, seleccionar, interpretar, analizar, evaluar y comunicar información, así como la de empatizar y cooperar con los demás y auto-motivarse (Pozo, Scheuer, Mateos, Martín, & De la Cruz, 2009). De esta manera, se hace evidente la necesidad de que el aprendiz comprenda *qué* procedimientos pueden emprenderse para enfrentarse a una situación de aprendizaje, saber *cómo* aplicarlos, entender *por qué* son necesarios y útiles para su aprendizaje y ser consciente de *cuándo* y *dónde* pueden resultar más adecuados. Aspectos desarrollados inicialmente por la teoría constructivista.

A la luz del planteamiento que hace la teoría constructivista, en relación con la comprensión del estudiante como sujeto activo y creador de conocimiento, surgen diferentes planteamientos que aportan a esta nueva mirada sobre el aprendizaje. Por ejemplo, en el libro “Nuevas formas de pensar la enseñanza y el aprendizaje”, los autores proponen el diseño de nuevos espacios de aprendizaje (instruccionales), donde los estudiantes como responsables autónomos de su propio proceso, puedan desarrollar diferentes capacidades. Es decir, la generación de oportunidades para los alumnos, para que se apropien de diferentes contenidos a través de actividades y escenarios de aprendizaje diversos, que trasciendan el estrecho ámbito del aula, lo cual logrará transformaciones significativas en términos de fortalecimiento de capacidades o habilidades aplicables en distintos campos, situaciones y contextos. (Pozo, Scheuer, Mateos, Martín, & De la Cruz, 2009)

A estas nuevas posibilidades de aprendizaje, se suman las que ofrecen las diferentes plataformas y herramientas de información y comunicación, que a propósito, de nuestra era del conocimiento, vienen siendo objeto de estudio y desarrollo por parte de varios investigadores, buscando aprovecharlas para fortalecer procesos de enseñanza y aprendizaje. Uno de los principales investigadores de este fenómeno es George Siemens, quien motivado por las nuevas necesidades del aprendizaje y la tecnología como herramienta reorganizadora de la forma en la que vivimos, nos comunicamos y aprendemos, funda la *teoría del conectivismo*. Esta teoría, que plantea el papel de las tecnologías de información y comunicación en el desarrollo del aprendizaje, se define como “la integración de principios explorados por las teorías del caos, redes, complejidad y auto-organización” (Siemens, 2004). Para el autor, se deben emprender nuevas formas de entender el aprendizaje de acuerdo con la nueva situación socio-tecnológica y las dinámicas de los diferentes flujos de la información.

A este respecto, el autor plantea que el aprendizaje en la actualidad, expone varias tendencias, entre ellas, las siguientes (Siemens, 2004):

- Los aprendices pueden desempeñarse en una variedad de áreas diferentes a lo largo de su vida, lo que implica desarrollar la capacidad de actualizarse y prepararse, en otras áreas, incluso diferentes a las de su especialidad.
- El aprendizaje informal es un aspecto significativo en la experiencia de aprendizaje. La educación formal ya no constituye la mayor parte de nuestro aprendizaje. El aprendizaje ocurre ahora en una variedad de formas - a través de comunidades de práctica, redes personales, y a través de la realización de tareas laborales.
- La tecnología está moldeando las formas de pensamiento de la sociedad.

- La organización y el individuo son organismos que aprenden.

En este sentido, con la aparición de las numerosas herramientas tecnológicas, los aprendices no sólo tienen a su alcance personal y directo, el acceso a un universo de información ilimitada de manera instantánea, sino que también se hace evidente la oportunidad de que ellos mismos puedan controlar la dirección de su propio aprendizaje.

2.1.5 Estilos de aprendizaje

Los estilos de aprendizaje son las distintas formas o los diferentes modos con los cuales los aprendices expresan la habilidad de aprender y apropiar conocimientos. Se comprenden como “características estables de un individuo, expresadas a través de la interacción de la conducta de alguien y la personalidad cuando realiza una tarea de aprendizaje”, Guild y Garger (1985), citado por (Cabrera & Fariñas, 2005, p.3). En otras palabras, el estilo de aprendizaje vendría siendo el propio método o conjunto de estrategias que cada persona emplea al momento de aprender algo.

Cabe resaltar, que el hecho de que todas las personas aprenden de la misma manera, arroja bastantes resultados diferenciadores en el aprendizaje, que al clasificarlos en diferentes estilos, proporciona grandes posibilidades de actuación para conseguir un aprendizaje más efectivo.

Según Ocaña (2010), en su libro Mapas mentales y estilos de aprendizaje (Estrategias de aprendizaje), una manera clara de entender los distintos modelos que han surgido para explicar los estilos de aprendizaje es a partir de estas tres categorías:

- El aprendizaje parte de la recepción de algún tipo de información, pero de toda la cantidad de información captada normalmente se selecciona una parte. Por lo tanto, cuando analizamos *cómo seleccionamos la información*, se puede distinguir el modelo de la programación neurolingüística de Bandler y Grinder, quienes hablan de aprendices visuales, auditivos y kinestésicos.
- Cuando ya se ha seleccionado la información, esta debe ser organizada y relacionada. De este modo, cuando *organizamos la información*, se puede distinguir el modelo de los hemisferios cerebrales, el cual proporciona información sobre las distintas maneras que tiene el aprendiz de dicha organización: si lo hace usando principalmente el hemisferio lógico (izquierdo) o el holístico (derecho). Tras este modelo aparece el de los cuadrantes cerebrales de Herrmann, que determina si el estilo de aprendizaje de acuerdo a la división del cerebro en 4 partes. Este por lo tanto, nos habla de aprendices expertos, estrategas, organizadores o comunicadores.
- Y una vez organizada la información, esta es utilizada de una manera o de otra: *utilización de la información*. Aquí aparece el modelo de aprendizaje de Kolb, el cual distingue aprendices activos, teóricos, reflexivos, y pragmáticos. (Ocaña, 2010)

Más específicamente, de acuerdo con (Romero & Salinas, 2010), los estilos de aprendizaje han sido desarrollados desde diferentes modelos. De acuerdo con sus exponentes, los modelos de aprendizaje son:

- Modelo de Kagan (1980): plantea la capacidad de reflexión del estudiante frente a su impulsividad.

- Modelo de Kolb (1984): se basa en la experiencia como elemento fundamental en el proceso de aprendizaje; establece cuatro tipos: a) experiencia-concreta; b) conceptualización- abstracción; c) experimentación activa; y d) observación-reflexión.
- Modelo de Felder - Silverman (1988): presenta diez estilos de aprendizaje distintos: sensorial frente a intuitivo; visual frente a verbal; inductivo frente a deductivo; activo frente a reflexivo; secuencial frente a global
- Modelo de Myers-Briggs (1980): plantea un conjunto de estilos de aprendizaje que se combinan en 16 tipos diferentes; los estilos básicos son: extrovertidos/introvertidos; sensoriales/intuitivos; pensativos/emocionales; y juzgadores/receptores.
- Modelo de Howard Gardner (1983) (teoría de las múltiples inteligencias): este autor estableció originalmente siete estilos: a) inteligencia verbal/lingüística; b) inteligencia lógico/matemática; c) inteligencia visual/espacial; d) inteligencia corporal/kinestética; e) inteligencia musical/rítmica; f) inteligencia interpersonal; y g) inteligencia intrapersonal.

Estilos de aprendizaje desde el modelo de la Programación Neurolingüística (PNL)

De acuerdo con (Romo, López, & López, 2006), la Programación Neurolingüística (PNL) “se relaciona con la interrelación dinámica entre los tres procesos básicos mediante los cuales construimos nuestros modelos del mundo”. La palabra “neuro”, hace referencia al sistema nervioso, que incluye el cerebro, el conjunto del sistema nervioso, elementos fundamentales en el aprendizaje. Mientras que el aspecto lingüístico de la PNL se relaciona con el hecho de que, los seres humanos han desarrollado sistemas de comunicación altamente complejos, donde el lenguaje es uno de los instrumentos y campos fundamentales en el aprendizaje humano en todas

las formas de educación. En consecuencia, “la programación en la PNL se refiere al modo en que el sistema neurológico y del lenguaje forman las estructuras que construyen nuestros modelos del mundo” (Romo, López, & López, 2006).

En este sentido, el modelo de estilos de aprendizaje de la Programación Neurolingüística (PNL) se apoya en el criterio neurolingüístico, que considera que la vía de ingreso de información al cerebro (ojo, oído, cuerpo), incide en las preferencias de quién aprende o enseña. De esta manera, se comprende las tres grandes maneras de representar mentalmente la información: visual, auditivo y kinestésico (VAK). Las personas suelen utilizar estos sistemas de representación de diferente manera, algunos desarrollan más una capacidad que otra para generar su aprendizaje.

Las características de los tres sistemas de representación son: (Educación, 2006)

Representación visual: En este sistema los alumnos visuales aprenden cuando leen o ven la información de alguna manera. Preferirán leer las fotocopias o transparencias a seguir la explicación oral, o, en su defecto, tomarán notas para poder tener algo que leer. “Cuando pensamos en imágenes (por ejemplo, cuando “vemos” en nuestra mente la página del libro de texto con la información que necesitamos) podemos traer a la mente mucha información a la vez. Por eso la gente que utiliza el sistema de representación visual tiene más facilidad para absorber grandes cantidades de información con rapidez. Visualizar nos ayuda a demás a establecer relaciones entre distintas ideas y conceptos. Cuando un alumno tiene problemas para relacionar conceptos muchas veces se debe a que está procesando la información de forma auditiva o kinestésica”.

Representación auditiva: el sistema de representación auditiva se hace de manera secuencial y ordenada. Los alumnos auditivos aprenden cuando reciben las explicaciones oralmente y cuando pueden hablar y explicar esa información a otra persona. El estilo auditivo necesita escuchar su grabación mental paso a paso, por lo general, las personas no pueden olvidarse ni una palabra, porque no saben seguir. El sistema auditivo no permite relacionar conceptos o elaborar conceptos abstractos con la misma facilidad que el sistema visual y no es tan rápido. Es, sin embargo, fundamental en el aprendizaje de los idiomas, y en la música.

Representación kinestésico: la información se procesa si está asociada a sensaciones y movimientos, del cuerpo. Este sistema se utiliza naturalmente, cuando se aprende un deporte, pero también para muchas otras actividades. Aprender utilizando el sistema kinestésico es menos rápido que con cualquiera de los otros dos sistemas, el visual y el auditivo. El aprendizaje kinestésico también es profundo. Los alumnos que utilizan preferentemente el sistema kinestésico necesitan, por tanto, más tiempo que los demás. Esa lentitud no tiene nada que ver con la falta de inteligencia, sino con su distinta manera de aprender. “Los alumnos kinestésicos aprenden cuando hacen cosas como, por ejemplo, experimentos de laboratorio o proyectos. El alumno kinestésico necesita moverse. Cuando estudian muchas veces pasean o se balancean para satisfacer esa necesidad de movimiento. En el aula buscarán cualquier excusa para levantarse o moverse” (Educación, 2006).

2.2 APRENDIZAJE DE UNA LENGUA EXTRANJERA

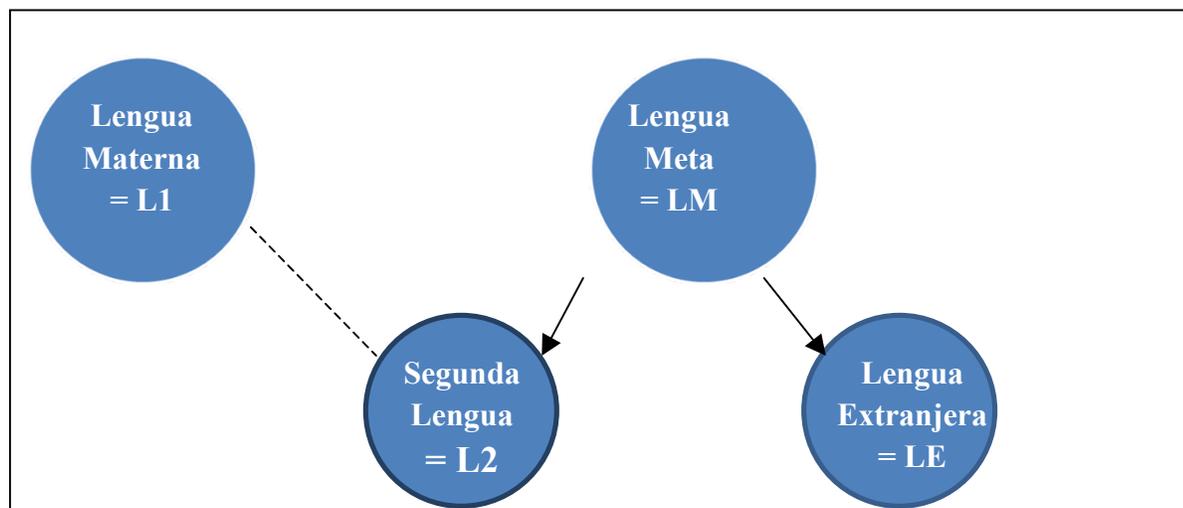
“A pesar de todas las promesas de los nuevos métodos de aprendizaje, ningún experto cree que podamos asimilar un idioma sin esfuerzo” Jan Donges.

2.2.1 Conceptualización

Teniendo como base la fundamentación teórica sobre el aprendizaje, a continuación se abordará de manera específica, el aprendizaje de una lengua extranjera (LE), haciendo diferenciación entre los conceptos de lengua materna (L1) y segunda lengua (L2).

En primer lugar, dentro de la didáctica de las lenguas, se emplea el término lengua meta (LM) para referirse a la lengua que constituye un objeto de estudio y aprendizaje; esta demarcación engloba los conceptos de lengua extranjera y segunda lengua, términos que poseen distinción significativa. La diferencia entre una y otra se viene estableciendo de manera general, en la situación en que el alumno aprende la lengua meta. De tal forma, que si esta (LM) se aprende en un país donde la lengua no es ni oficial ni autóctona, se considera “lengua extranjera” (Cervantes, 2014). Por ejemplo, cuando en nuestro país se aprende el inglés, este proceso vendría a ser un aprendizaje de lengua extranjera (LE). Mientras que cuando la (LM) se aprende en un país donde coexiste como oficial o autóctona, se considera “segunda lengua”. Por ejemplo, cuando un colombiano aprende el wayúu (Lengua indígena de la Guajira), esta lengua vendría a ser (L2) o así mismo, si un indígena wayuu decide aprender el español, este sería su segunda lengua.

En otras palabras, la (L2) es la lengua más próxima a la lengua materna (L1), ya que comparte una estrecha cercanía, mientras que la lengua extranjera no comparte un acercamiento cultural verdadero ni una identificación con los hablantes de la lengua que está aprendiendo, lo cual genera en el aprendiz un sentimiento de lejanía y distancia hacia ella, según los trabajos clásicos de Lambert y Gardner.



Autora: Laura Rodríguez

Así pues, esta investigación se delimita a la lengua extranjera, ya que el contexto que se escogió como punto de referencia y el público objetivo no evidencia un aprendizaje de (L2) sino de (LE).

2.2.2 Aprendizaje de una lengua extranjera y papel de la comunicación

El aprendizaje de una lengua extranjera viene estudiándose desde siglos pasados, reformulando y modernizando cada vez más sus métodos, concepciones y didáctica, lo que ha llevado a la creación de nuevas teorías sobre el aprendizaje. En la década de los setenta, por ejemplo, apareció un método conocido como “el método natural” del profesor Tracy Terrell y del lingüista Stephen Krashen, que comenzó a romper con las prácticas tradicionales de aprendizaje de las

lenguas extranjeras. Este método se apoyaba *en la comunicación* como punto clave e indispensable, y tenía como referente máximo el hecho de “el idioma extranjero debía aprenderse de la misma forma que se aprendió la lengua materna, a saber, hablando y sobre todo escuchando” (Donges, 2008).

Sin embargo, este método no fue del todo el mejor a seguir ya que muchos investigadores coincidían en el hecho de que adicionalmente al proceso comunicativo, se debía dedicarle atención a determinadas reglas gramaticales. A partir de siguientes estudios, se iba llegando a la conclusión de que un truco exacto para aprender un idioma extranjero de la mejor forma, definitivamente no se hacía posible, debido al abordaje que las distintas personas entre sí hacen al momento del aprendizaje de una lengua y así mismo, las distintas capacidades que se requieren y se deben desarrollar para su ejecución.

Por esta razón, es que desde hace algunos años, la didáctica del aprendizaje de la lengua extranjera se está concentrando en el *proceso autónomo* que no se limita al aula de clase, sino que involucra una serie amplia de estrategias y herramientas que facilitan el proceso. De ahí que esta nueva manera de aprendizaje de la lengua extranjera, coincide con lo que plantea la teoría constructivista del aprendizaje, en donde el alumno accede a herramientas que vayan de acuerdo a sus facilidades y estilos de aprendizaje y de esta manera potenciar sus competencias en otro idioma. Pero es clave, que anteriormente a este proceso autónomo ya se hayan fortalecido conocimientos gramaticales y teóricos, de tal forma que la estrategia venga siendo la de conjugar las dos partes, donde se pueda unir la enseñanza impartida por los docentes con las prácticas comunicativas.

A modo de ejemplo, podemos citar el caso de Susanne Even, una docente de la Universidad de Indiana, quien hacía un auténtico teatro con sus alumnos, el cual llamaba “Drama gramático”. En éste, escenificaban una trama teatral en el cual hacían uso del discurso indirecto del idioma alemán, practicando así las construcciones de frases. Esta estrategia de aprendizaje de una lengua extranjera no sólo quedó como una actividad para el instante, sino que por sus excelentes resultados en los estudiantes, fue rápidamente convertida en libro: *The Grammatik Drama*, el cual fue publicado en 2003. Una razón para el éxito de esta estrategia, es que para Susanne, la relación entre el yo y el otro es fundamental, ya que a partir de esta, nuevos significados son descubiertos, negociados y puestos en escena. (Donges, 2008)

Sumado a esto, es importante considerar los postulados actuales que han venido proponiendo varios teóricos del Centro Virtual Cervantes, quienes bajo el Marco común de Referencia Europeo, han reflexionado sobre los objetivos y metodologías de la enseñanza y el aprendizaje de las lenguas. Ellos han vinculado la comunicación con este campo, y han recuperado su planteamiento para proporcionar una forma integradora sobre lo que tienen que aprender a hacer los estudiantes de lenguas con el fin de utilizar ésta para comunicarse, así como los conocimientos y destrezas que tienen que desarrollar para poder actuar de manera eficaz. Así pues, según sus estudios, se cree que además de la exposición al material de entrada comprensible por parte de los profesores de lenguas, *la participación activa en la interacción comunicativa* es una condición necesaria para el desarrollo de la lengua; lo cual quiere decir que el contacto directo del estudiante con formas comunicativas es una estrategia necesaria para el logro de la adquisición de una lengua extranjera.

En otros casos, determinan que los alumnos que ya han aprendido las reglas necesarias de la gramática y un vocabulario suficiente dentro del aula de clase y ponen en práctica la lengua en instancias donde exploten sus habilidades comunicativas, podrán comprender y utilizar la lengua sin necesidad de más aprendizaje formal. Por lo cual, muchos alumnos y profesores reconocen que estos mismos no aprenden en su totalidad lo que enseñan los profesores, y así como es requerido un material de entrada de carácter lingüístico y formal, también son fundamentales las oportunidades para utilizar la lengua de forma interactiva. Lo que indica que el aprendizaje de una lengua extranjera se facilita en las condiciones artificiales del aula, mediante una combinación de aprendizaje consciente y práctica suficiente para llevar a cabo *estrategias de comunicación* de nivel superior.

Por otro lado, ya que los alumnos son finalmente las personas implicadas en los procesos de adquisición y aprendizaje de la lengua, son ellos quienes tienen que pensar en las estrategias necesarias compuestas por actividades y procesos, para desarrollar con eficacia la lengua a aprender; elementos que proponen las teorías constructivista y conectivista, mencionadas anteriormente. Sin embargo, según el marco de referencia europeo presentado en las investigaciones del Centro Virtual Cervantes, relativamente pocos aprenden de manera activa tomando la iniciativa a la hora de planear, estructurar y ejecutar sus propios procesos de aprendizaje. La gran mayoría tan sólo aprende reaccionando a lo estipulado, siguiendo las instrucciones y realizando las actividades prescritas por los profesores y manuales. (Cervantes, 2014)

Pero cuando la enseñanza en el aula termina, el aprendizaje posterior tiene que ser autónomo. El aprendizaje autónomo se puede fomentar si «aprender a aprender» se considera un aspecto principal del aprendizaje de idiomas, dirigido a que los alumnos se hagan cada vez más conscientes de la forma en que aprenden, de las opciones de que disponen y de las que más les convienen. Para así, conseguir que, poco a poco, ellos mismos elijan los objetivos, materiales y métodos de trabajo en función de sus propias necesidades, motivaciones, características y recursos.

A modo de conclusión, las lenguas modernas se aprenden y se enseñan actualmente de muchas formas. Durante muchos años, el Consejo de Europa ha fomentado un enfoque basado en las necesidades comunicativas de los alumnos y en el uso de los materiales y métodos que les permitan satisfacer esas necesidades y que resulten apropiados para sus características como alumnos. (Cervantes, 2014)

2.2.3 Competencias en el área de Lenguas Extranjeras

En este apartado para efectos de claridad y consistencia, la exposición se centra en lo que expone la Consejería de Educación del Gobierno de Cantabria fundamentada dentro del Marco Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER) y La Ley Orgánica de Educación (LOE).

De acuerdo con los Decretos de Enseñanzas Mínimas, la comunicación en una lengua extranjera está incluida dentro de la competencia básica de comunicación lingüística, lo cual resulta útil para contextualizar la habilidad comunicativa en lengua extranjera, dentro de la competencia comunicativa general, no sólo como una parte más de la misma, sino como un componente que

la enriquece y refuerza, sobre todo en aspectos como las relaciones interculturales (Barbero, Maestro, Pitcairn, & Saiz, 2008). Esto parte de la definición otorgada por el Parlamento Europeo dentro del documento sobre las competencias clave en el aprendizaje permanente, que indica que “la comunicación en lenguas extranjeras comparte, en líneas generales, las principales capacidades de comunicación en la lengua materna”.

Sin embargo, a parte de esta similitud, el marco de referencia Europeo define en su revista: Competencias clave para un aprendizaje a lo largo de la vida. Un marco de referencia europeo. Dirección General de Educación y Cultura 2004, unas competencias específicas y necesarias que se deben desarrollar para el óptimo aprendizaje de lenguas extranjeras y define este proceso como:

“(.) la habilidad para comprender, expresar e interpretar pensamientos, sentimientos y hechos tanto de forma oral como escrita (escuchar, hablar, leer y escribir) en una gama apropiada de contextos sociales— trabajo, hogar, ocio, educación y formación — de acuerdo con los deseos y necesidades de cada uno. La comunicación en lenguas extranjeras también necesita destrezas, tales como la mediación y el entendimiento intercultural. El grado de habilidad variará entre las cuatro dimensiones, entre las diferentes lenguas y de acuerdo con el entorno y herencia lingüística del individuo.” (Barbero, Maestro, Pitcairn, & Saiz, 2008)

De acuerdo a lo expresado anteriormente, estas son las competencias establecidas por el Marco de Referencia Europeo, que deben desarrollarse a la hora de aprender una lengua extranjera, las

cuatro primeras hacen referencia a las competencias comunicativas y las siguientes a las competencias generales:

Tabla 2. Competencias en el aprendizaje de una lengua extranjera

COMPETENCIA	OBJETIVOS
<p>La habilidad para comprender pensamientos, sentimientos y hechos de forma oral (escuchar) en una gama apropiada de contextos sociales -trabajo, hogar, ocio, educación y formación- de acuerdo con los deseos y necesidades de cada uno.</p>	<p>1. Escuchar y comprender información general y específica de textos orales en situaciones comunicativas variadas, adoptando una actitud respetuosa y de cooperación.</p>
<p>La habilidad para expresar pensamientos, sentimientos y hechos de forma oral (hablar) en una gama apropiada de contextos sociales -trabajo, hogar, ocio, educación y formación- de acuerdo con los deseos y necesidades de cada uno.</p>	<p>2. Expresarse e interactuar oralmente en situaciones habituales de comunicación de forma comprensible, adecuada y con cierto nivel de autonomía.</p>
<p>La habilidad para comprender pensamientos, sentimientos y hechos de forma escrita (leer) en una gama apropiada de contextos sociales -trabajo, hogar, ocio, educación y formación- de acuerdo con los deseos y necesidades de cada uno.</p>	<p>3. Leer y comprender textos diversos de un nivel adecuado a las capacidades e intereses del alumno con el fin de extraer información general y específica, y utilizar la lectura como fuente de placer y enriquecimiento personal.</p>
<p>La habilidad para expresar e interpretar pensamientos, sentimientos y hechos de forma escrita (escribir) en una gama apropiada de contextos sociales –trabajo,</p>	<p>4. Escribir textos sencillos con finalidades diversas sobre distintos temas utilizando recursos adecuados de cohesión y coherencia.</p>

hogar, ocio, educación y formación- de acuerdo con los deseos y necesidades de cada uno.	5. Utilizar con corrección los componentes fonéticos, léxicos, estructurales y funcionales básicos de la lengua extranjera en contextos reales de comunicación
Conocimiento de vocabulario y gramática funcional, entonación y pronunciación.	6. Desarrollar la autonomía en el aprendizaje, reflexionar sobre los propios procesos de aprendizaje, y transferir a la lengua extranjera conocimientos y estrategias de comunicación adquiridas en otras lenguas.
Competencia de Aprender a Aprender	7. Utilizar estrategias de aprendizaje y todos los medios a su alcance, incluidas las tecnologías de la información y la comunicación, para obtener, seleccionar y presentar información oralmente y por escrito. Apreciar la lengua extranjera como instrumento de acceso a la información y como herramienta de aprendizaje de contenidos diversos.
Competencia para el tratamiento de la información y la competencia digital.	8. Valorar la lengua extranjera y las lenguas en general, como medio de comunicación y entendimiento entre personas de procedencias, lenguas y culturas diversas evitando cualquier tipo de discriminación y de estereotipos lingüísticos y culturales.
Competencia Social y Ciudadana. Entendimiento intercultural.	9. Manifestar una actitud receptiva y de autoconfianza en la capacidad de aprendizaje y uso de la lengua extranjera.
Competencia para la autonomía e iniciativa personal.	

Fuente: Cuadernos de Educación, Las competencias básicas en el área de lenguas extranjeras. (Barbero, Maestro, Pitcairn, & Saiz, 2008)

Cabe resaltar que para lograr la adquisición de dichas competencias que le apuntan al aprendizaje es necesario el uso de tareas y estrategias que dé cuenta del uso de la lengua dentro de un enfoque de acción.

No obstante, hay que tener en cuenta que dentro del enfoque educativo basado en competencias, uno de los conceptos fundamentales es la aplicabilidad. Por lo tanto, los objetivos propuestos de igual modo, hacen referencia a la necesidad de que el proceso de enseñanza-aprendizaje de un idioma vaya dirigido a que el alumno sea capaz de “movilizar”, es decir, de hacer uso de sus conocimientos en contextos reales, externos al aula.

Finalmente, y a modo de recapitulación, el uso de la lengua, que incluye el aprendizaje, comprende las acciones que realizan los aprendices que, como individuos y como agentes sociales, desarrollan una serie de competencias, tanto generales como competencias comunicativas en particular. Las personas utilizan las competencias que se encuentran a su disposición en distintos contextos, tanto dentro del aula como fuera y bajo distintas condiciones y restricciones gramaticales, con el fin de realizar actividades de la lengua que conllevan procesos para producir y recibir secuencias relacionados con temas en ámbitos específicos, poniendo en juego las *estrategias* que parecen más apropiadas para llevar a cabo las *tareas* que han de realizar. El control que de estas acciones tienen los participantes produce el refuerzo o la modificación de sus competencias. (Cervantes, 2014)

2.3 COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

Considerando que el aprendizaje es una dinámica que implica el intercambio de conocimientos, experiencias, mensajes, ideas, donde quien aprende asume hoy un papel protagónico en la construcción de este proceso, la presente investigación abordará la comunicación como proceso y a su vez, como herramienta que permita fortalecer ese proceso aprendizaje de una lengua extranjera. Teniendo en cuenta que las tareas necesarias para este proceso requieren del uso de estrategias en la comunicación y en el aprendizaje, para que estas tareas no sean ni rutinarias ni automáticas.

Así pues, una *estrategia* para el ámbito del aprendizaje y adquisición de una lengua extranjera, es cualquier línea de actuación organizada, intencionada y regulada, elegida por cualquier individuo para realizar una tarea que se propone a sí mismo o a la que tiene que enfrentarse. (Cervantes, 2014, p. 215)

En ese sentido, este apartado presenta algunos conceptos, teorías y perspectivas metodológicas para abordar la comunicación y a partir de estos insumos, y luego de la evaluación respectiva del objeto de estudio de esta investigación, se buscará proporcionar algunas ideas y en lo posible proponer, una estrategia de comunicación que facilite y fortalezca el aprendizaje de una lengua extranjera por parte de estudiantes universitarios.

Si bien, la comunicación en la actualidad ha tomado diferentes perspectivas, en este trabajo es importante considerar la comunicación desde una perspectiva estratégica, que la presenta como un fenómeno complejo, en el sentido de que asume la realidad desde su condición cambiante, por tanto activo, dialógica y fluida, y dentro de un contexto sociocultural que también sufre transformaciones.

“La comunicación es el momento relacionante de la diversidad sociocultural. Apostar a organizar una intervención en la dinámica sociocultural es recuperar la comunicación como un proceso abierto y permanente de sentido” (Massoni, 2008, p.35). En ese sentido, también se señala la importante necesidad de reiterar que toda comunicación (masiva, mediada, interpersonal, etc.), es un proceso dinámico, de construcción de una relación y no como el simple intercambio o transmisión de información. Massoni, indica que el enfoque estratégico de la comunicación obliga a considerar la metodología participativa para lograr esa construcción y la pertinencia del mismo proceso. Es desde estas perspectivas que en este trabajo se aprovechará la comunicación como herramienta de cambio y mejora en los procesos de aprendizaje.

2.3.1 Definiendo el concepto de estrategia

*“La estrategia es la suma de las tácticas,
siendo las tácticas la suma de las decisiones singulares”*

De acuerdo a la concepción estratégica, abarcada desde un marco de organizaciones sociales, esta se entiende como una forma de orientar a la organización para generar nuevas capacidades en pro del futuro. Pero para aterrizar el concepto de estrategia más explícitamente, según James

Quinn “la estrategia se define como un plan o una pauta que integra los objetivos, las políticas y la secuencia de acciones principales de una organización en un todo coherente”. (Quinn, 1980)

En este sentido, una estrategia podría considerarse como una guía o pauta que incide en la puesta en práctica de acciones, en torno a un objetivo determinado, o así mismo, un modelo que surge del análisis y comprensión de las conductas pasadas de un organismo para que a partir de ellas, se implemente la toma de decisiones para acciones futuras. (Garrido, 2000)

Cabe resaltar que la idea de *estrategia* proviene de ciertas perspectivas que han surgido en diferentes épocas y contextos, por lo cual, su concepto varía conforme a las necesidades de cada época, realidades sociales, mercados, empresas, sociedades.

La estructura clásica, parte de las concepciones que reprodujo la escuela americana de administración de acuerdo al cúmulo estratégico del mundo militar, donde el análisis de la competencia (enemigo) es indispensable. Esta perspectiva clásica es implantada al campo comercial en la concepción estratégica, táctica y logística. Sin embargo, a esta estrategia militarizada, se contraponen la teoría que propone la escuela japonesa de administración, la cual aportó la idea de estrategia desde una óptica de construcción de vínculos entre personas, colectivos y sociedades, en donde todos se pueden servir mutuamente a partir de las fortalezas compartidas (Garrido, 2000).

Bien sea una o la otra, toda estrategia debe ser un proceso planificado o un proceso naciente de acuerdo al caso, es decir, un proceso de permanente reconstrucción y adaptación que considera una gran cantidad de variables y, a la vez, facilita los cambios necesarios que el medio ambiente

induce. La estrategia se comprende entonces, como un camino pensado de manera anticipada, planeado, organizado y orientado hacia un claro objetivo.

De esta manera y de acuerdo con Hax (1996), se pueden determinar que los aspectos esenciales de la estrategia son:

- La estrategia será un patrón coherente de decisiones, que debe además reunir los esfuerzos de modo integrado.
- La dimensión estratégica debe contener la determinación de objetivos a largo plazo, los cuales serán a la vez orientadores de las rutas a seguir en la gestión de las comunicaciones y la construcción de imagen.
- La estrategia se convierte además, en un selector de negocios de la organización, donde esta puede escoger y optar por el espacio en el cual desea moverse.
- Otro factor componente de la estrategia es la búsqueda para lograr una ventaja sostenible a largo plazo, respondiendo a sus posibilidades y a señales del entorno. Con lo cual se estructurará un programa de identidad e imagen que permitan diferenciar a la organización en la sociedad.
- Por último, la estrategia está orientada a la posibilidad de rentabilidad, lo que significa que la comunicación debe estar encaminada hacia la rentabilidad social o económica (Hax, 1996).

Sumado a lo anterior, vale la pena retomar la perspectiva de uno de los estudios de la llamada Nueva Teoría de Comunicación Estratégica, el español Rafael Alberto Pérez, quien en su libro *Estrategias de Comunicación*, afirma que la noción de estrategia tiene ocho dimensiones:

- a) La estrategia como anticipación, ya que hablar de estrategia es hablar de futuro, de una visión ideal de una situación.
- b) La estrategia como decisión, ya que esta es un conjunto de decisiones a partir del aprendizaje de una situación;
- c) La estrategia como método, debido a que toda estrategia debe responder no solo el qué se va a hacer sino también el cómo se va a lograr;
- d) La estrategia como marco de referencia en la medida que debe ser a lo que se remitan todos los actores para seguir un camino;
- e) La estrategia como perspectiva y visión, que indica la consistencia lógica para determinar el camino que tomar.
- f) La estrategia como discurso y lógica de acción ya que toda estrategia radica en “decir un hacer”. (Pérez, 2001)

Adicionalmente, para Massoni (2008), la estrategia es el arte de combinar, coordinar, distribuir y aplicar acciones para alcanzar un objetivo, por tanto, son acciones concretas que establecen la trayectoria a recorrer, previa consideración de viabilidades políticas, económicas, sociales, y técnicas, en cada etapa o momento del proceso, programa o proyecto (Massoni, 2008, pág. 188).

Ahora bien, de acuerdo a los lineamientos de este trabajo, el enfoque irá hacia las estrategias de comunicación, lo que significa que se trabajará la estrategia que persiga un objetivo comunicativo o bien, que utilice fundamentalmente la comunicación para el logro de ese objetivo.

Tabla 3. Estructura general de la estrategia

ESTRUCTURA GENERAL DE LA ESTRATEGIA	NIVEL (general a particular)	
	ESTRATEGIA	Nivel de planteamiento a largo plazo en que se define cómo se propone concretar objetivos.
	TÁCTICA	Nivel en el que se definen los modos de hacer conforme el mejor uso de recursos y del mejor momento para emplearlos.
	LOGÍSTICA	Nivel operativo de análisis del mantenimiento o producción de recursos necesarios para el logro de los fines estratégicos.

Fuente: (Garrido, 2000)

2.3.2. Definiendo Comunicación Estratégica y Estrategia de Comunicación

En primer lugar, cabe resaltar que toda comunicación tiene un poder muy superior al que se le suele conceder normalmente, ese poder puede imperar si se actúa y comunica estratégicamente (Pérez, 2001). Por ello, y como ya se ha señalado, cuando se piensa en comunicación, ya no se debe pensar en el solo proceso de transmisión de mensajes o de socialización, sino que al concebirle un poder superior, también se puede hablar de la comunicación como una forma de acción y de transformación social, es decir, acciones de mutua influencia entre seres humanos de las que se derivan cambios político-económicos o situaciones sociales.

De acuerdo con Pérez (2001), la relación mutua entre influencia y poder que puede darse en la comunicación, tiene repercusiones en la vida social de múltiples formas y procesos, tales como:

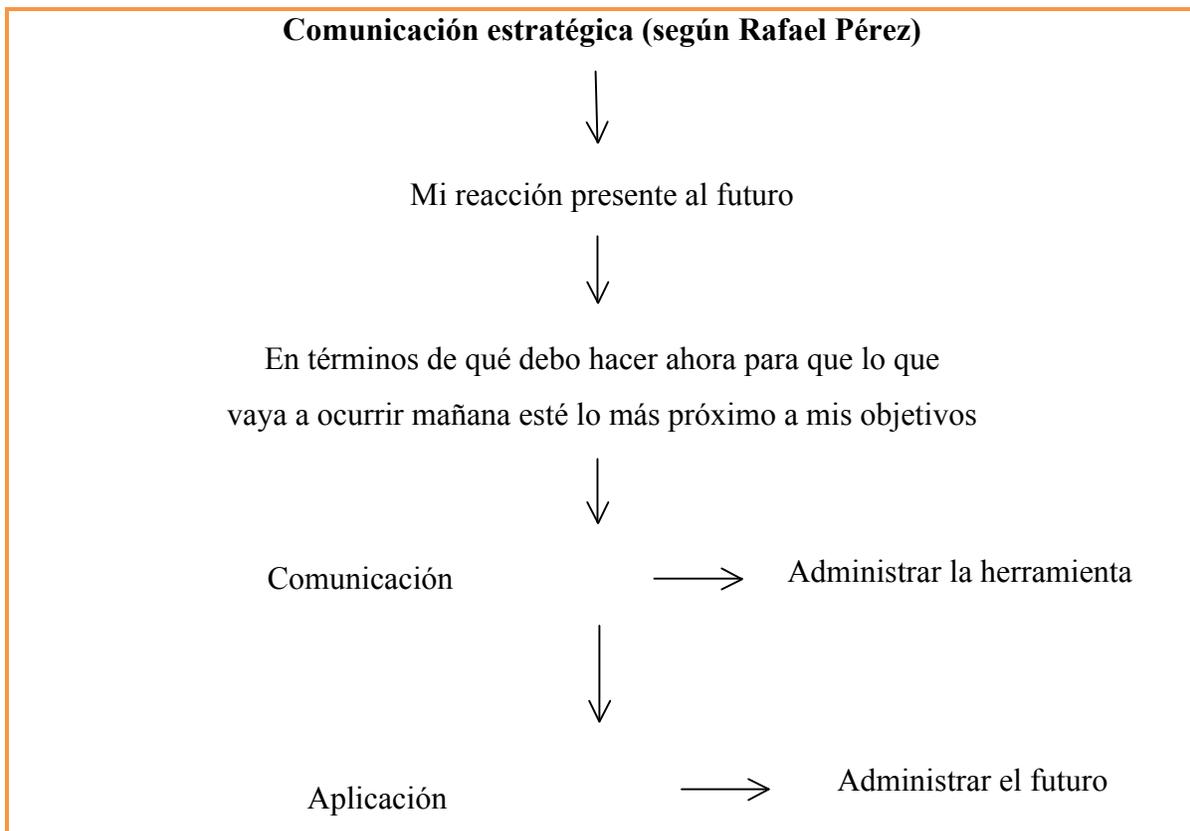
la transmisión de conocimientos con el poder de la educación, la gestión de negocios con el poder económico, la atracción con el poder del liderazgo o el entretenimiento con el poder de los medios.

Ahora bien, cuando se dice que la comunicación conlleva un cierto “poder”, este se debe conocer, planear y gestionar para así llegar a una comunicación estratégica. Lo que indica, según Pérez (2001), que la fuerza de la comunicación se debe canalizar ya que toda eficacia depende de cómo, cuándo y de qué forma se plantee. Por lo tanto, no a todas las comunicaciones se les atribuye el calificativo de estratégicas. Lo son cuando se produce una situación de juego en la que intervienen varios actores, cuando se hace la toma de decisiones a partir de la participación de otras personas, cuando se da en contextos sociales pensando en los antecedentes, los recursos y en el escenario, cuando se busca el logro de un objetivo asignado, cuando se ponen de manifiesto varias alternativas de acción: “para ganar, alcanzar un objetivo, deben tomarse varias decisiones consecutivas, es decir una cadena de tácticas y estrategias” (Pérez, 2001) y cuando la comunicación se ejecuta, controla y evalúa. Así pues, estos son los rasgos que caracterizan a una comunicación estratégica, que claramente, le asignan un valor diferencial de cualquier otro proceso que se relacione con comunicación.

En otras palabras, “la comunicación estratégica es una forma de acción social que se caracteriza porque se produce en una situación de juego estratégico en la que los jugadores hacen uso de la interacción simbólica para resolver sus problemas o maximizar sus oportunidades” (Pérez, 2001).

A modo de síntesis, se puede pensar en el para qué sirve la comunicación estratégica, que según Rafael Pérez, de la Universidad Complutense de Madrid, a modo general esta sirve para la gestión del futuro, es decir, sirve al hombre como acción para alcanzar sus metas en sociedad, ayudándole por medio de la interacción simbólica a que los resultados finales de sus actividades, sean económicas, políticas o sociales, estén lo más cercanos posible a sus objetivos. Implicando administrar la herramienta, controlando y organizando anticipadamente el poder de la comunicación. Básicamente, la comunicación como proceso de acción y transformación.

Tabla 4. Comunicación Estratégica



Fuente: (Pérez, 2001)

En conclusión, la comunicación estratégica se basa primeramente en la necesidad de planificar a largo plazo la inversión en su recurso comunicacional, junto con la profesionalización de una empresa u organización de su gestión en comunicaciones con arreglo a presupuestos, objetivos a largo plazo, mediciones de resultados finales e incidencias en sus utilidades.

2.3.3 Estrategia de comunicación

Por otro lado, los conceptos de estrategia aplicados al campo de las comunicaciones, desde un panorama general e integral, señalan que la *estrategia de comunicación* es una forma organizada del esfuerzo colectivo, centrada en el fenómeno del grupo, que debe mantener una coherencia entre la organización y las gestiones de comunicación. Según Conrad (1994), este concepto tiene una perspectiva de utilidad e instrumentalización, ya que debe estar al servicio de análisis de situaciones, determinación de opciones viables comunicacionales, con una ejecución eficiente y unificadora de los recursos de una organización (Conrad, 1994).

Complementando estas visiones, Joan Costa, uno de los comunicólogos más reconocidos en Europa y América Latina, presupone que la toma de decisiones de comunicación estratégica, al funcionar de un modo integrado, asumen una fuerza vital de unión y proyección para el conjunto establecido. (Costa, 1999) De acuerdo a esto, los componentes de la concepción estrategia comunicativa vendrían a ser los siguientes:

- a) La estrategia de comunicación es una directriz teórica con un referente práctico, por lo cual, está constituida por la capacidad de indagación, diagnóstico, análisis, planeación, así como también, por las competencias prácticas.

- b) La compone un carácter normativo y unificador, los cuales enfatizan en la coherencia en cada uno de los mensajes y acciones a emprender conforme a los objetivos.
- c) Debe estar pensada en la naturaleza del largo plazo, ya que se trata de la estrategia de un sujeto social que busca permanecer en el tiempo junto con un concepto integral de desarrollo. Lo cual, aseguran sostenibilidad y credibilidad a través del tiempo con diferenciadores potenciados.
- d) Definirá responsabilidades y propósitos a todo nivel, en tanto que deberá contar con quienes estén involucrados tanto directa como indirectamente, y así mismo, deberá determinar de qué forma se comunicará los elementos constituyentes de la estrategia en proceso. En otras palabras, la construcción de la estrategia al involucrar distintos miembros, constituye un escenario de encuentro, de interacción cercana y en cierto modo una construcción colectiva. Con lo cual, se genera una dinámica de aprendizaje, ya que les permite a los involucrados pensar sobre sí mismos, los otros, la institución y su ámbito de desempeño.
- e) La organización y agrupación de las personas implicadas, será un componente indispensable de la estrategia de comunicación, ya que logra la unificación para orientarlas hacia metas comunes (Garrido, 2000).

Desde la concepción de comunicación estratégica, se debe entonces considerar, de acuerdo con Massoni, que ya no se trata de un mensaje a transmitir, sino de un problema a resolver (Massoni, 2008, pág. 152), por tanto, esa posible solución deberá darse desde la identificación y reconocimiento de los diferentes actores sociales, del contexto en el que se incluyen y desde las diferentes dinámicas que están inmersas dentro de la situación, los actores y el contexto. Por tanto su interés se enfoca en:

- Actores (personas, grupos o instituciones claves).
- Modos (formas de comunicación, códigos, redes de interacción).
- Espacios (lugares de intercambio, circulación y resignificación).
- Saberes (visiones de la realidad, del problema, conceptualizaciones, destrezas).
- Intereses y necesidades

Debemos agregar a esta concepción, que además, la estrategia comunicativa debe contemplar: objetivos a alcanzar, mensajes que transmitir, medios que utilizar, público al cual se dirige, todo asociado a un beneficio para la comunidad en cuestión. Sin dejar de un lado, la característica de movilidad y capacidad de adaptación, que reconoce oportunidades y necesidades de cambio. De acuerdo con Massoni (2008), *una estrategia de comunicación es ante todo un dispositivo de conversación*; para ello, se debe reconocer lo simbólico (mensajes, palabras, imágenes, etc), y lo material (prácticas, rutinas, experiencias, soportes, canales, etc.), y en consecuencia, *la estrategia de comunicación es un escenario para convocar a la acción de los actores relacionados con la situación (o problema), es un conjunto de componentes para tener más oportunidades de convocar a los otros a participar* (Massoni, 2008, p.173); como espacio de conversación establece los ejes, tonos y formas de las conversaciones.

En acciones concretas, la implementación de una estrategia de comunicación en una organización, institución, empresa o sociedad, se centra en los actores, hace coherentes e integradas decisiones en búsqueda de soluciones de comunicación, define objetivos adjunto de planeaciones, busca optimizar recursos y el logro de utilidades, realiza acciones, tácticas,

campañas o productos para lograr los objetivos y tenderá a la creatividad e innovación (Garrido, 2000).

Así pues, la implementación estratégica comunicativa se traduce finalmente en acciones, tácticas, campañas o productos; resultado de todo un proceso.

Finalmente, de acuerdo a las concepciones anteriormente trabajadas, una estrategia de comunicación tiene una metodología básica la cual seguir para llevar a cabo:

1. Definición del problema comunicacional: lo cual vendría a ser la de Identificar necesidades, problemáticas y áreas de oportunidad.
2. Diagnóstico
3. Análisis del diagnóstico y diseño de estrategia.
4. Objetivos de la estrategia, Actores, Contextos.
5. Propuesta de acciones, productos, espacios de comunicación o tácticas que favorezcan los procesos de comunicación.
6. Ejecución y evaluación de la estrategia.

III. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Enfoque de la Investigación

Dado que esta investigación está examinando el mundo social de acuerdo con el planteamiento del problema que busca indagar cómo se desarrolla el proceso de aprendizaje de una lengua extranjera en estudiantes de la Universidad Javeriana en función del nivel de logro y dificultad de un conjunto de competencias y la relación de estas con las herramientas de apoyo empleadas para fortalecer el aprendizaje, se decidió que el enfoque para esta investigación fuera mixto, en tanto emplea dimensiones cualitativas y cuantitativas.

Desarrolla la característica cualitativa, ya que busca conocer la opinión de los estudiantes en su experiencia de aprendizaje de una lengua extranjera, para así construir un análisis coherente con la situación de investigación planteada. Se identifica, a partir de esta perspectiva, las relaciones entre los conceptos y teorías de aprendizaje y el papel del estudiante y de las herramientas que él emplea como apoyo para mejorar sus competencias.

La dimensión cualitativa es respectivamente la que se deriva de la necesidad de interpretar y no solamente medir, registrar o calcular para comprender; el enfoque de esta investigación es de carácter cualitativo, ya que el proceso de este trabajo es inductivo al explorar y describir y luego pensar en perspectivas teóricas. Del mismo modo, la reflexión crítica sobre los resultados que plantean las investigaciones cualitativas, equivale uno de los objetivos de este trabajo de grado, en la medida que a partir de aquella investigación de la realidad social se hará una reflexión crítica para así poder llegar a la estrategia a proponer. (Félix, Orti, & Agudo, 2007),

Por otra parte, cabe señalar que el enfoque cualitativo de esta investigación está sustentado en que este, a grandes rasgos, es un proceso de recolección de datos sin medición numérica para descubrir o replantear preguntas de investigación en el proceso de la interpretación. En él, el investigador plantea un problema siendo sus planteamientos no tan específicos, tal como lo evidencia el problema de esta investigación, dado a que para confirmar dicha búsqueda cualitativa es necesario comenzar examinando el mundo social para luego desarrollar una teoría propuesta de lo que se observa u ocurre. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006)

Como parte del trabajo, se propone introducir en análisis cuantitativo, para medir la efectividad de las actuales herramientas y actividades empleadas por el Departamento de Lenguas para impulsar la mejora del aprendizaje de una lengua extranjera. En este sentido, el enfoque cuantitativo, es en el cual se ejercen todas aquellas técnicas o prácticas que, siendo susceptibles de ser utilizadas para conocer la realidad social, tienen algún tipo de fundamentación estadística, tal como la herramienta de la encuesta. (Félix, Orti, & Agudo, 2007), al hablar de la realización de una encuesta la mayoría de veces, nos referimos a la cuantificación de las respuestas obtenidas.

3.2 Tipo de investigación

Descriptiva - analítica – no experimental

De acuerdo con el problema a resolver, el contexto que rodea a este estudio y el enfoque cualitativo característico de este trabajo, el tipo de investigación de este trabajo tiene un componente tanto descriptivo como analítico y correlacional. Esto debido a que de acuerdo a lo descriptivo-analítico este trabajo busca en primera medida describir, analizar, descubrir e

interpretar los “cómo” de un fenómeno social: ¿cómo está siendo el proceso de aprendizaje de una lengua extranjera por parte de estudiantes universitarios, en función del nivel de logro y dificultad de las competencias? ¿cómo se podría mejorar este proceso y potenciar las competencias requeridas a la hora de aprender una lengua extranjera a través de una estrategia de comunicación?, apuntando así, a construir teorías coherentes, a través de las percepciones y significados producidos por las experiencias de los participantes.

El segundo nivel obedece a la interpretación y análisis de los resultados, donde además se buscará establecer relaciones entre todas las dimensiones planteadas en la investigación y sus respectivas variables y determinar cómo se relacionan o vinculan entre sí diversos conceptos o características, tales como: la comunicación y la educación, el nivel de logro y/o dificultad de los estudiantes hacia el aprendizaje de una lengua extranjera, la perspectiva de los estudiantes frente a la idea de mejorar su proceso de aprendizaje mediante una estrategia comunicativa o así mismo, si estas variables no tienen algún tipo de relación.

Por otro lado, este trabajo no modificó intencionalmente las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables sino que por el contrario, observó un fenómeno tal como está en su contexto natural: el aprendizaje de una lengua extranjera de estudiantes universitarios, sin alterarlo con condiciones o estímulos planteados que se vayan a administrar en estos estudiantes, por lo tanto no es experimental. Esto coincide con lo que señala Kerlinger “en la investigación no experimental no es posible manipular las variables o asignar aleatoriamente a los participantes o los tratamientos” Citado por: (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006) En este sentido, la investigadora observó y analizó una situación estudiantil actual ya existente en su ambiente natural, basado en categorías, conceptos, variables, sucesos y contextos.

3.3 *Ámbito de la investigación*

Conforme al tipo de investigación y en relación a lo que plantea Sampieri “el propósito de la investigación transeccional es describir variables y analizar su incidencia en un momento dado” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006) este trabajo posee una dimensión transeccional, debido a que busca recopilar datos del aprendizaje de una lengua extranjera actual en un sector específico y en un momento único. Así mismo, pretende registrar momentos actuales que suceden dentro la propuesta, con el fin de proponer una estrategia comunicativa a partir de una indagación previa, donde los estudiantes serán los actores más influyentes para la determinación del cumplimiento de este objetivo.

3.4 *Categorías y subcategorías de análisis*

A continuación se presentan las categorías y subcategorías planteadas para esta investigación, las cuales fueron los aspectos específicamente observados, investigados y trabajados de la realidad.

Tabla 5. Categorías y Subcategorías

CATEGORÍA DE ANÁLISIS	SUBCATEGORIA	DEFINICIÓN
1. Aprendizaje de una lengua extranjera	Concepto y objetivos del aprendizaje de una lengua extranjera	Corresponde a la conceptualización y significado del aprendizaje de una lengua extranjera desde dos perspectivas, la opinión del Departamento de Lenguas y la de los estudiantes implicados en el proceso.
	Papel del Aprendiz/Estudiante	Corresponde a la identificación del papel del estudiante en el proceso de enseñanza-aprendizaje de una lengua extranjera por parte del Departamento de Lenguas

	Enfoque teórico y metodológico de enseñanza - aprendizaje	Examina el enfoque teórico y metodológico que adopta el Departamento de Lenguas para el proceso de enseñanza y aprendizaje de una lengua extranjera.
	Competencias	Identificación de las competencias que propone el Departamento de Lenguas y que se espera sean logradas por los estudiantes de lengua extranjera.
	Actividades y herramientas empleadas para potenciar la enseñanza - aprendizaje de una lengua extranjera	Especificación de las herramientas y actividades existentes y ofrecidas a los estudiantes de una lengua extranjera para potenciar su aprendizaje.
	Difusión de las actividades y herramientas de enseñanza - aprendizaje	Corresponde a la identificación y reconocimiento de las acciones de comunicación empleadas para dar a conocer las herramientas y actividades que ofrece el Departamento para potenciar el proceso de aprendizaje de una lengua extranjera.
2. Competencias para el aprendizaje de una lengua extranjera por parte de los estudiantes universitarios.	Competencias que los estudiantes de la PUJ logran al momento de aprender una lengua extranjera.	Identificación del nivel de logro por parte de los estudiantes de la PUJ que estudian una lengua extranjera, de las competencias desarrolladas en los niveles de idiomas ofrecidos desde el Departamento.
	Competencias que se perciben con mayor nivel de dificultad al momento de aprender una lengua extranjera.	Identificación de la percepción de dificultad que tienen los estudiantes de una lengua extranjera frente a cada una de las competencias
	Interés por mejorar las competencias	Identificación del grado de interés que tienen los estudiantes por mejorar o potenciar las competencias del idioma que están aprendiendo.
3. Actividades y herramientas empleadas para potenciar el	Conocimiento de las herramientas y actividades.	Identificación del nivel de conocimiento de las herramientas y actividades, por parte de los estudiantes que aprenden una lengua extranjera dentro de la Universidad.
	Uso de las herramientas y	Nivel de uso de cada herramienta y

aprendizaje de una lengua extranjera ofrecidas por el Departamento	actividades.	actividad por parte de los estudiantes aprendices de una lengua extranjera dentro de la Universidad.
	Apreciación de las herramientas y actividades.	Apreciación que le otorgan los estudiantes de una lengua extranjera a dichas herramientas, bien sea, por que las han usado o porque tienen opinión general sobre cada una de ellas.
	Importancia respecto a la utilidad de las herramientas y actividades	Percepción que tienen los estudiantes sobre la utilidad de herramientas o actividades en general para potenciar el aprendizaje de una lengua extranjera.
	Medios utilizados para la difusión de las herramientas y actividades	Conocimiento de los medios por los cuales los estudiantes aprendices de alguna lengua extranjera dentro de la Universidad se enteran o no de las herramientas y actividades.
	Oportunidades de mejora	Opinión frente a ciertas características que deberían mejorar de dichas herramientas y actividades.

Fuente: La autora

3.4.1 Subcategorías y líneas de indagación

A continuación se presentan las subcategorías que se derivan de cada categoría de análisis, junto con su línea de indagación correspondiente. Lo cual indica qué exacta y específicamente se observó de aquellos aspectos generales y sus cuestiones correspondientes.

Tabla 6. Subcategorías y líneas de indagación

SUBCATEGORIA	LÍNEA DE INDAGACIÓN
Concepto y objetivos del aprendizaje de una lengua extranjera	¿Qué significa el aprendizaje de una lengua extranjera para el Departamento de lenguas en la PUJ? ¿Qué objetivos busca lograr esa enseñanza?

Papel del Aprendiz/Estudiante	¿Cuál es el papel del aprendiz/estudiante a la hora de aprender una lengua extranjera?
Enfoque teórico y metodológico de enseñanza - aprendizaje	¿Cuál es el enfoque teórico y metodológico que desarrolla el Departamento de Lenguas para la enseñanza de una lengua extranjera?
Competencias	¿Qué competencias se fortalecen en los estudiantes de una lengua extranjera? ¿Se tienen en cuenta las competencias planteadas por el Marco Europeo?
Actividades y herramientas empleadas para potenciar la enseñanza - aprendizaje de una lengua extranjera	<p>¿Qué tipo de herramientas y actividades ofrece a los estudiantes de lenguas extranjeras para potenciar su aprendizaje? (Dentro y fuera del aula)</p> <p>¿Qué aspectos considera que se deben mejorar de las formas y herramientas de comunicación empleadas actualmente para potenciar el aprendizaje de una lengua extranjera?</p>
Difusión de las actividades y herramientas de enseñanza - aprendizaje	¿Qué tipo de acciones de comunicación se realizan para dar a conocer a los estudiantes de un segundo idioma, las herramientas existentes para potenciar el aprendizaje dentro y fuera del aula?
Nivel de logro: Competencias que los estudiantes de la PUJ logran al momento de aprender una lengua extranjera.	<p>¿Qué nivel de logro le otorga a cada una de las siguientes competencias, al momento de aprender una lengua extranjera gracias a los cursos ofrecidos por la Universidad?</p> <ul style="list-style-type: none"> - La habilidad para comprender pensamientos, sentimientos y hechos de forma oral (escuchar) - La habilidad para expresar pensamientos, sentimientos y hechos de forma oral (hablar) - La habilidad para comprender pensamientos, sentimientos y hechos de forma escrita (leer) - La habilidad para expresar e interpretar pensamientos, sentimientos y hechos de forma

	<p>escrita (escribir)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento de vocabulario y gramática funcional, entonación y pronunciación.
<p>Nivel de dificultad: Competencias que se perciben con mayor dificultad al momento de aprender una lengua extranjera.</p>	<p>¿Qué tan difícil encuentra las siguientes competencias al momento de aprender una lengua extranjera?</p> <ul style="list-style-type: none"> - La habilidad para comprender pensamientos, sentimientos y hechos de forma oral (escuchar) - La habilidad para expresar pensamientos, sentimientos y hechos de forma oral (hablar) - La habilidad para comprender pensamientos, sentimientos y hechos de forma escrita (leer) - La habilidad para expresar e interpretar pensamientos, sentimientos y hechos de forma escrita (escribir) - Conocimiento de vocabulario y gramática funcional, entonación y pronunciación.
<p>Interés en la mejora o potenciación de las competencias.</p>	<p>¿Qué tanto interés tiene en mejorar o potenciar sus competencias en el idioma que está aprendiendo?</p>
<p>Conocimiento de las herramientas y actividades.</p>	<p>¿Qué tanto conoce acerca de las herramientas y actividades ofrecidas por el Departamento para mejorar y potenciar su aprendizaje de una lengua extranjera?</p>
<p>Uso de las herramientas y actividades</p>	<p>¿Qué tanto usa las herramientas y actividades ofrecidas por el Departamento de Lenguas para apoyar su aprendizaje de una lengua extranjera?</p>
<p>Apreciación de las herramientas y actividades</p>	<p>¿Qué tal le parecen las herramientas ofrecidas por el Departamento de Lenguas para apoyar el aprendizaje de una lengua extranjera?</p>
<p>Importancia respecto a la utilidad de</p>	<p>¿Considera son útiles las herramientas y actividades</p>

las herramientas y actividades	para mejorar o potenciar el aprendizaje de una lengua extranjera?
Medios utilizados para la difusión de las herramientas y actividades	¿Por cuales medios se entera de las actividades y herramientas que ofrece el Departamento?
Oportunidad de mejora	¿Qué cree o le gustaría que mejorara en ellas?

Fuente: La Autora

3.4.2 Categoría, Fuente y herramienta de recolección de datos

A continuación se presenta la correspondiente fuente para cada categoría de análisis, y el instrumento utilizado con cada una de ellas para obtener los resultados.

Tabla 7. Categoría, Fuente y herramienta de recolección de datos

CATEGORIA DE ANÁLISIS	FUENTE	HERRAMIENTA
1. Aprendizaje de una lengua extranjera	Coordinación y Dirección del Departamento de Lenguas	Entrevista semiestructurada
2. Competencias generales, para el aprendizaje de una lengua extranjera	Estudiantes de cualquier lengua extranjera de la Universidad Javeriana, Bogotá.	Encuesta pregunta cerrada y observación
3. Actividades y herramientas empleadas para potenciar el aprendizaje de una lengua extranjera	Estudiantes de cualquier lengua extranjera de la Universidad Javeriana, Bogotá.	Encuesta pregunta cerrada y observación

Fuente: La Autora

3.5 Herramientas de recolección de datos

Para el desarrollo de la presente investigación y de acuerdo con los aspectos metodológicos planteados anteriormente, las herramientas de recolección de datos empleadas fueron las siguientes:

Entrevista semiestructurada: es esa práctica de investigación con la cual se pretende ampliar información precisa y recabar opiniones, percepciones, valoraciones, motivaciones o críticas de una forma oral y personalizada, sobre una determinada problemática objeto de estudio. En ella se intenta provocar el fluir discursivo para conocer el posicionamiento personal de la persona entrevistada, la cual puede o no incluir preguntas previamente elaboradas. La entrevista permite un acercamiento directo a los individuos de la realidad. Se considera una técnica muy completa. Mientras el investigador pregunta, acumulando respuestas objetivas, es capaz de captar sus opiniones, sensaciones y estados de ánimo, enriqueciendo la información y facilitando la consecución de los objetivos propuestos. Según autores como Nahoum la entrevista es un encuentro de carácter privado y cordial, donde una persona se dirige a otra y cuenta su historia o da la versión de los hechos, respondiendo a preguntas relacionadas con un problema específico. (Nahoum, 1961)

Por otro lado, Taylor y Bogdan, entienden la entrevista como un conjunto de reiterados encuentros cara a cara entre el entrevistador y sus informantes, dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que los informantes tienen respecto a sus vidas, experiencias o situaciones. (Taylor & Bogdan, 1992)

Para efectos de esta investigación, la entrevista semiestructurada permitió conocer, desde la perspectiva de los directivos del Departamento de Lenguas, aspectos relacionados con el enfoque, los procedimientos, las herramientas pensadas y diseñadas por quienes ofertan los cursos en lenguas.

Encuesta: la encuesta es una técnica de adquisición de información mediante un cuestionario previamente elaborado y estructurado, a través del cual se puede conocer datos concretos, preferencias y en algunos casos la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado, cuenta con una estructura lógica, rígida, que permanece inalterada a lo largo de todo el proceso investigativo. Las respuestas se escogen de modo especial y se determinan del mismo modo las posibles variantes de respuestas estándares, lo que facilita la evaluación de los resultados por métodos estadísticos.

Este modo de administración del cuestionario permite el acortamiento de la aplicación de la prueba, la transmisión automática de los datos y la posibilidad de incluir controles de seguridad en el cuestionario. Uno de los mecanismos principales de controles la inclusión de preguntas filtro, que seleccionan las siguientes cuestiones dependiendo de las opciones indicadas por los encuestados y que representan las distintas condiciones del trabajo empírico desarrollado por el equipo. El uso de las nuevas tecnologías permite también establecer algunas restricciones de campo que limitan las respuestas inconsistentes

Para la presente investigación, la encuesta, como herramienta para posteriores análisis cuantitativos, permitió identificar variables asociadas al nivel de logro y dificultad de las competencias, desde la perspectiva de los estudiantes. Así mismo, su recoger datos sobre la

opinión que ellos tienen respecto a las actuales actividades y herramientas de las que disponen para mejorar sus competencias.

3.6 Población y muestra

3.6.1 Población

La población pertinente para este estudio son todos los estudiantes universitarios que aprenden una lengua extranjera de acuerdo a la intención de la investigación que buscaba analizar cómo está siendo el proceso de aprendizaje de una lengua extranjera por parte de estudiantes universitarios; en este sentido, la población objeto de estudio fueron los estudiantes específicamente de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, que hacen parte del proceso de enseñanza-aprendizaje de una lengua extranjera ofrecido por el Departamento de lenguas de la Universidad.

3.6.2 Muestra

De acuerdo a la necesidad de delimitar la población, la muestra para este trabajo de investigación fue de tipo no probabilística, ya que la elección de los elementos no dependió de probabilidad alguna, sino de criterios relacionados con el investigador. Por lo tanto, la muestra escogida de 104 estudiantes aprendices de una lengua extranjera dentro de la Universidad Javeriana de Bogotá, estuvo orientada de acuerdo con criterios de disponibilidad al momento de realizar la encuesta y de facilidad, ya que acceder a los aproximadamente 4000 estudiantes que toman cursos de lenguas en la Universidad resultaba difícil.

Los datos socio-demográficos de la muestra relevantes para esta investigación comprendieron el conocimiento del rango de edades de los estudiantes encuestados, el idioma que predomina al momento de escoger una lengua extranjera para aprender dentro de la Universidad, el nivel en el que el aprendiz se encuentra desarrollando este proceso de aprendizaje y finalmente la carrera a la que pertenece.

3.7 Proceso Metodológico

Fase 1. Planteamiento del problema de investigación: a partir del tema esbozado, se identificó la problemática, la cual surgió de interrogantes por parte del investigador, sobre cierta porción de la realidad que no conocía y quería conocer más a fondo.

Fase 2. Marco teórico: En este punto, se hizo la revisión de la respectiva teoría y literatura, para fundamentar el tema elegido con nociones, conceptos, teorías y líneas de pensamiento de autores importantes.

Fase 3. Diseño de la metodología: Teniendo la fundamentación teórica, conociendo los puntos principales alrededor del tema, se construyó el marco metodológico en el cual se establecieron los métodos, enfoques y técnicas a usar para llevar adelante el cumplimiento de los objetivos.

Fase 4. Aplicación: Ya entrando en la parte del trabajo de campo, y teniendo todos los puntos anteriores completos, se prosiguió a la aplicación de los instrumentos escogidos dentro de la Universidad Javeriana, para la recolección de información, datos y así poder llegar a los resultados.

Fase 5. Análisis de los resultados: esta fase implicó la sistematización de las encuestas y el material obtenido y los análisis respectivos de acuerdo a la información recolectada, ya que los resultados solos no indican una gran relevancia. Con esta información se pudieron determinar necesidades y problemáticas asociadas con el tema de la investigación, a partir de lo cual se establecieron una serie de conclusiones.

Fase 6. Planteamiento de la estrategia de comunicación: a partir de las problemáticas y necesidades identificadas en etapas anteriores, la investigación propone un conjunto de acciones enmarcadas dentro de una estrategia de comunicación, que permitan mejorar las condiciones encontradas en las etapas anteriores y apoyar los procesos de enseñanza-aprendizaje de los estudiantes de una lengua extranjera. El diseño de la estrategia es parte de la contribución que hace la investigadora al tema, sin embargo, es importante aclarar que la aplicación, seguimiento y evaluación de su efectividad, son aspectos que quedarán bajo la responsabilidad del quienes lideren el proceso de implementación

CARACTERIZACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE LENGUAS

De acuerdo a lo expresado por la Coordinadora del Departamento de Lenguas, éste más que un departamento es un centro de investigación donde las reflexiones de su quehacer cotidiano se encuentran principalmente orientadas a las relaciones existentes entre lenguajes-mediaciones-discursos-ideologías y el aprendizaje de nuevas lenguas junto con la interacción y la cultura. En ese sentido, el Departamento establece su base en los estudios del Lenguaje y en la Lingüística Aplicada y se constituye día a día en un escenario para la comprensión y el diálogo de propuestas teóricas y prácticas, que asumen el lenguaje como fundamento de toda interpretación y como fuente de toda transformación de la realidad humana.

El departamento está conformado por diferentes áreas, una de ellas es el área de investigación la cual en consonancia con la política institucional, tiene por objetivo promover la investigación propia de los campos del saber que atañen al Departamento, mediante estrategias que estimulan “el crecimiento y la calidad de dicha actividad académica y el desarrollo y fortalecimiento de sus grupos de investigación”. Por otro lado, se encuentra el área de lenguas extranjeras, componente esencial de este organismo, que administra y apoya los procesos académicos de los cursos de lenguas extranjeras ofrecidos por el Departamento. Así pues, ofrece la enseñanza de diferentes idiomas, tanto para la carrera de Licenciatura en Lenguas Modernas como para toda la comunidad Javeriana en general. Igualmente, el área presta servicios de evaluación y nivelación, consultoría e investigación a instituciones y organizaciones de carácter público y privado, nacionales e internacionales.

Adicional a estos servicios, existe un Centro Latinoamericano, el cual está adscrito al Departamento de Lenguas y se encarga de la enseñanza del español como segunda lengua. Es reconocido internacionalmente por su experiencia al ser el más antiguo en Latinoamérica así como por la alta calidad de sus docentes. Y está en proceso la consolidación de un Centro de Idiomas, que se centrará en el ofrecimiento de diferentes cursos de una gran cantidad de variedad de lenguas y en la potencialización del aprendizaje de nuevos idiomas.

IV. RESULTADOS OBTENIDOS Y ANÁLISIS

En este capítulo se encuentran los resultados más relevantes de las entrevistas en primer lugar, cuyo objetivo fue complementar la caracterización del Departamento de Lenguas y así mismo determinar la variable de lo que significa el aprendizaje de una lengua extranjera para este ente y en segundo lugar, de la encuesta realizada a los estudiantes de la Universidad Javeriana que aprenden algún idioma gracias a los cursos de servicio que ofrece el Departamento de Lenguas, cuyo objetivo fue determinar por medio de datos exactos dos variables: en primer lugar el nivel de logro y dificultad de las competencias necesarias para lograr el aprendizaje de una lengua extranjera y en segundo lugar, el nivel de conocimiento, uso y percepción frente a las actividades y herramientas ofrecidas por el Departamento para potenciar este proceso de aprendizaje.

Este instrumento se aplicó de dos formas diferentes, por medio de formato digital, el cual se envió a un grupo de estudiantes de diferentes niveles los cuales estudian alguna lengua extranjera dentro de la Universidad y por medio de formato impreso el cual se repartió en diferentes cursos de inglés.

Ficha técnica

Tipo de muestra:	No probabilista. Selección a partir de criterios del investigador.
Población Objetivo:	Estudiantes de una lengua extranjera, de todas las carreras de la Pontificia Universidad Javeriana.
Técnica de recolección:	Encuesta electrónica y en físico, con preguntas cerradas.
Tamaño de la muestra:	104 estudiantes de diferentes carreras de la Universidad Javeriana,

Bogotá, que están en los cursos ofrecidos por el Departamento de Lenguas para aprender una lengua extranjera.

Financiación: Recursos propios.

4.1 Características de la muestra que participó en el estudio

4.1.1 Edad

El número total de participantes en la encuesta fue de 104 estudiantes que comprendieron los siguientes rangos de edad:

16 a 18 años	12%
19 a 21 años	45%
22 a 24 años	38%
25 a 27 años	3%
De 28 años en adelante	2%

Con este dato se pudo conocer más detalladamente la población objeto de estudio a la cual fue dirigida la encuesta; de acuerdo a los resultados en la población consultada predomina el rango de edad de los 19 a 21 años, sin embargo, se destaca el segundo rango de edades con mayor porcentaje 21 a 24 años, por el hecho de que comprende también una gran porción. Ambos rangos suman la mayoría de la población consultada 83%.

Así pues, se podría indicar que este grupo de estudiantes de una lengua extranjera dentro de la Universidad, a partir de los cursos ofrecidos por el Departamento, mantienen la característica de

ser una población joven, que ya no se encuentran dentro de la adolescencia y tampoco alcanzan la madurez.

4.1.2 Idiomas:

Los principales idiomas que aprenden los estudiantes de una lengua extranjera de la Universidad Javeriana son los siguientes:

Inglés	71%
Francés	23%
Portugués	1%
Otro	5%

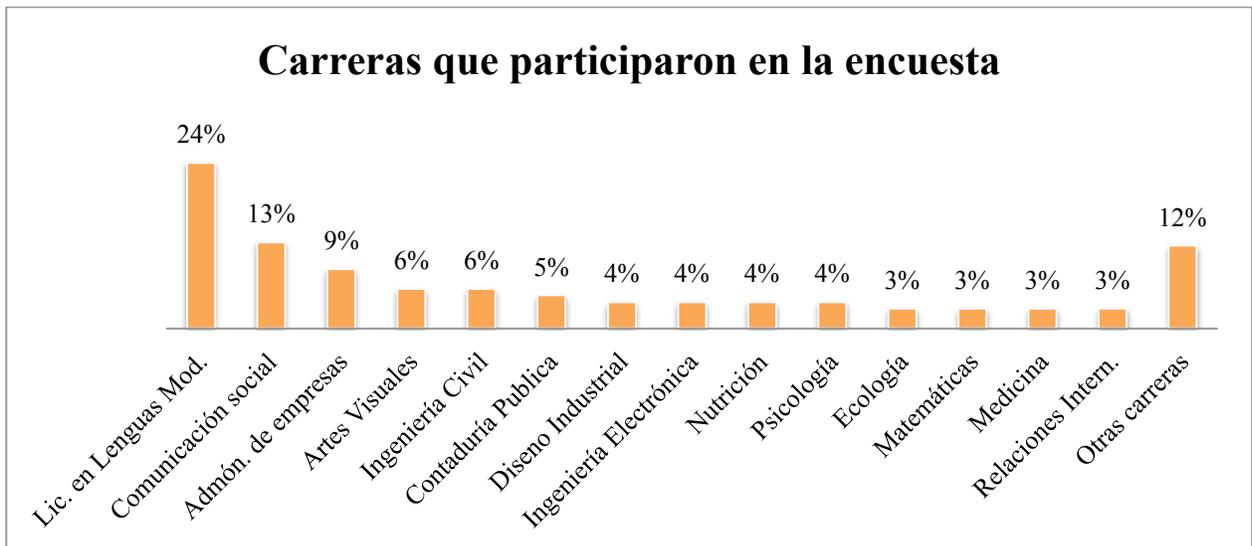
A partir de los resultados, se puede destacar la predominancia del idioma inglés, en la muestra que participó en el estudio. Ya que representa más de la mitad del total con un significativo porcentaje. Cabe resaltar que este puede ser el idioma predominante, por el hecho de que en muchas de las carreras de la Universidad tener un nivel alto del inglés es requisito fundamental. Sin embargo, no se puede excluir el criterio de elección por pertinencia o gusto, ya que como bien se sabe, el idioma mundial por excelencia es el inglés.

Así mismo, el francés es también, uno de los idiomas que aprenden los estudiantes de la Universidad, y que en este caso si es elegido libremente por aquellos quienes quieren aprender una lengua extranjera.

Este es un dato clave para el fundamento de la estrategia, ya que de acuerdo con esa preferencia por el inglés como primer idioma y francés como segundo, se pudo encaminar los objetivos de esta misma a apuntarle principalmente a la mejora de las competencias en estos idiomas y así mismo, al uso y creación de herramientas y actividades con contenidos, diseños, mensajes, imágenes, entre otros... acordes con dichos idiomas.

4.1.3 Carreras a las cuales pertenecen los estudiantes de una lengua extranjera

Gráfica #1



Autora: Laura Rodríguez

Las carreras en las que se encuentran los aprendices de una lengua extranjera, presenta resultados variados. Esto por el hecho de que estos cursos de idiomas que ofrece el Departamento están abiertos y disponibles para todas y cada una de las carreras de la Universidad.

Esta diversidad que indica el alto número de diferentes carreras interesadas en aprender una lengua extranjera dentro de su formación profesional, puede estar relacionado en primera medida por los resultados del idioma que cursan los estudiantes, donde el inglés es la lengua extranjera más apetecida; en la medida que este es un requisito para la mayoría de las carreras de la Universidad y en este sentido numerosos estudiantes de toda la Universidad inscriben la materia para cumplir con este requerimiento. En segunda medida, se le puede atribuir al interés de los estudiantes en general de toda la Universidad por aprender una lengua extranjera, como un dominio adicional para su vida profesional, y que no reside única y exclusivamente en los estudiantes de la carrera de Lenguas Modernas.

4.1.4 Nivel del idioma en el que se encuentran:

Los estudiantes que participaron en la investigación se encontraron en los siguientes niveles de la lengua extranjera que estaban en proceso de aprendizaje:

1er a 3er nivel	30%
4to a 6to nivel	52%
7mo en adelante	22%

Como criterio para darle validez y pertinencia a la muestra, en esta investigación se decidió realizar la encuesta a estudiantes de los diferentes niveles que establece el Departamento, sin limitarse a un sólo grupo de niveles, como por ejemplo a estudiantes de niveles elementales. Por lo tanto, los resultados arrojaron porcentajes pertinentes de los tres grupos de niveles que se

establecieron, teniendo predominancia el grupo de los niveles entre el 4to y el 6to, que básicamente son los intermedios.

4.2. Resultados y análisis por categoría y subcategoría:

En este apartado se presentan los resultados concretos de la consulta en relación con las diferentes categorías y subcategorías planteadas para el estudio que recogen la información de los estudiantes de idiomas de la Universidad Javeriana.

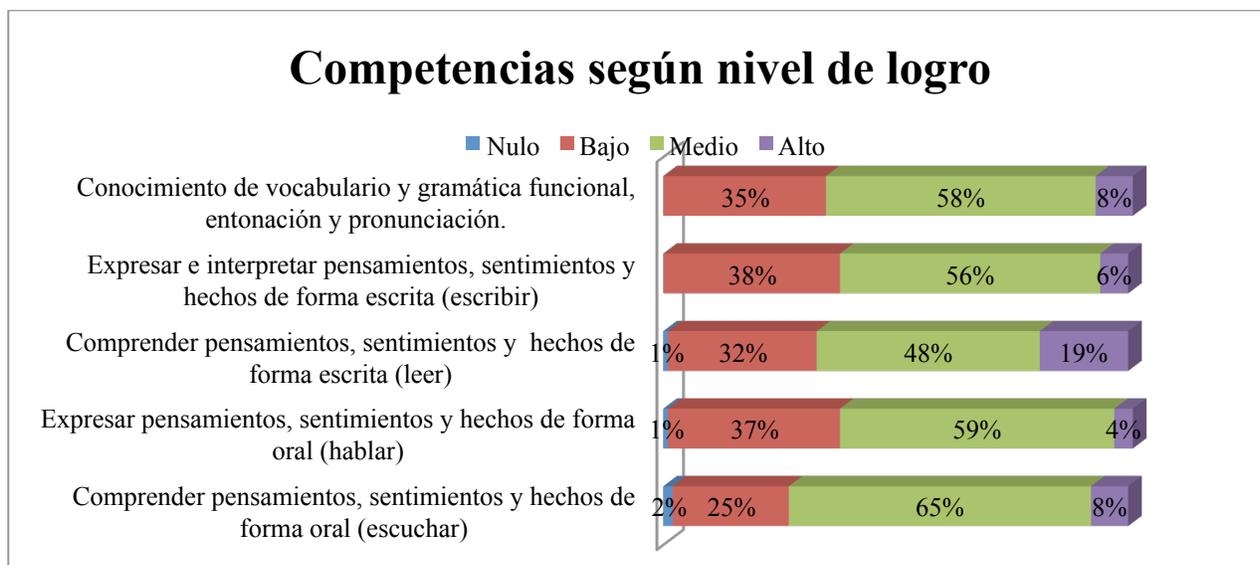
4.2.1 Categoría: Competencias para el aprendizaje de una lengua extranjera por parte de los estudiantes universitarios.

Las competencias que se evaluaron, de acuerdo con las planteadas por el Marco Europeo y las señaladas por el Departamento de Lenguas, de ser las que se trabajan en los cursos son las siguientes:

- La habilidad para comprender pensamientos, sentimientos y hechos de forma oral (escuchar)
- La habilidad para expresar pensamientos, sentimientos y hechos de forma oral (hablar)
- La habilidad para comprender pensamientos, sentimientos y hechos de forma escrita (leer)
- La habilidad para expresar e interpretar pensamientos, sentimientos y hechos de forma escrita (escribir)
- Conocimiento de vocabulario y gramática funcional, entonación y pronunciación.

Subcategoría: Nivel de logro de las competencias

Gráfica #2



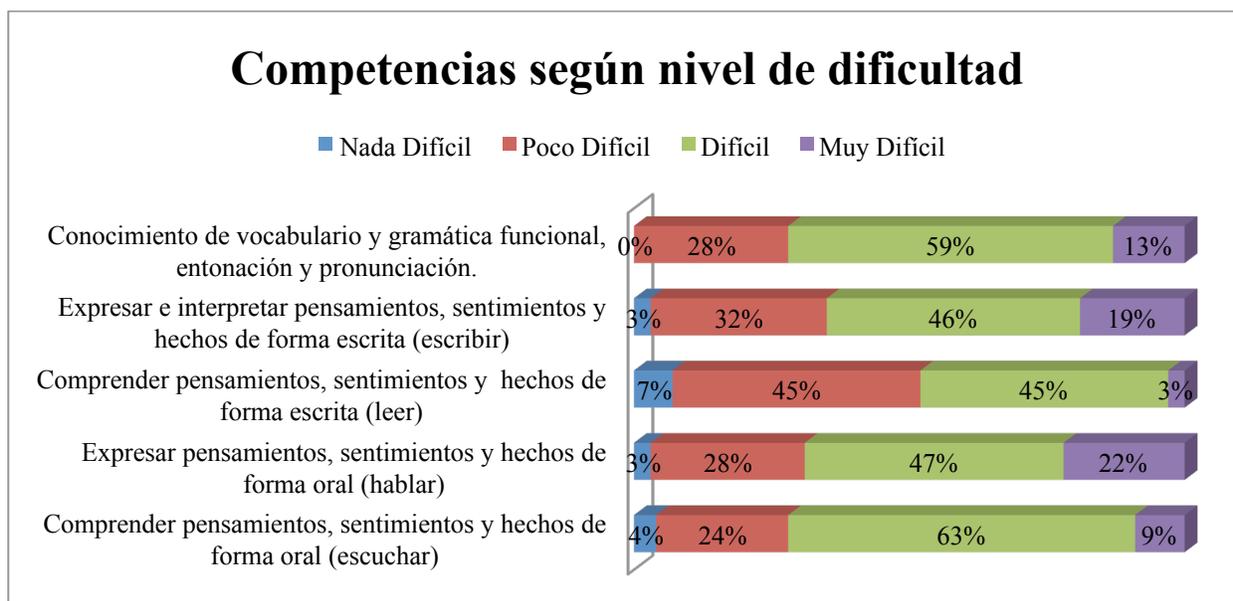
Autora: Laura Rodríguez

De acuerdo con la gráfica número dos, se pudo evidenciar que todas las competencias evaluadas, se logran principalmente en un nivel medio y bajo, donde el nivel medio es percibido entre porcentajes del 48% y el 65% de la muestra y el bajo está entre 25% y 38%. Se podría decir que para la población estudiantil participante en esta consulta, los cursos ofrecidos por el Departamento de Lenguas, no están desarrollando suficientemente estas competencias ya que, como se evidencia en la gráfica, es una población inferior al 19% la que reconoce que logra el desarrollo de estas competencias necesarias para el aprendizaje de una lengua extranjera en un nivel alto. Aunque cabe resaltar que así no se logren en un nivel alto, ninguna presenta porcentajes significativos en el nivel de logro nulo, por lo cual las competencias establecidas por el Marco de Referencia Europeo si se están trabajando al menos medianamente. Cabe resaltar también que esto puede estar asociado con el nivel en el que se encuentra la muestra, pues la mitad de los consultados están entre 4° y 6°, lo que incide también en que apenas están desarrollando sus competencias. Se esperaría que niveles avanzados tuviesen un logro más elevado de las competencias acá enunciadas.

Por otro lado, los resultados evidencian que la competencia que menos se logra es la de expresar pensamientos, sentimientos y hechos de forma oral es decir, la producción oral con tan sólo un 4% de logro alto y un 37% de logro bajo.

Subcategoría: Nivel de dificultad de las competencias al momento de aprender una lengua extranjera.

Gráfica #3



Autora: Laura Rodríguez

En cuanto al nivel de dificultad, este criterio está muy relacionado con el nivel de logro, ya que a mayor logro de la competencia, menor dificultad encuentran en ella. En este caso se pueden resaltar la producción y la comprensión oral, expresiones utilizadas para nombrar a las competencias de una forma más breve, como las que presentan mayor dificultad al momento de aprender una lengua extranjera, al tener el mayor resultado en la suma de los porcentajes de difícil y muy difícil. Y en cuanto a la producción oral, esta es la competencia que menos se logra.

Por otro lado, la competencia que menos encuentran difícil los estudiantes al momento de aprender una lengua extranjera es la comprensión escrita y fue la que indicaron con mayor nivel de logro.

Sin embargo, no sólo la competencia de la producción oral sino todas, presentan un alto porcentaje en dificultad comprendido entre el 45% y 63%, lo cual podría indicar una necesidad a la hora de generar estrategias para su mejora, logro y disminución de dificultad.

Se podría decir entonces, sumando los resultados de los porcentajes entre difícil y muy difícil que las competencias, respecto a su nivel de dificultad estarían jerarquizadas así:

1. Comprender pensamientos, sentimientos y hechos de forma oral (escuchar). 72%
2. Conocimiento de vocabulario y gramática funcional, entonación y pronunciación. 72%
3. Expresar pensamientos, sentimientos y hechos de forma oral (hablar). 69%
4. Expresar e interpretar pensamientos, sentimientos y hechos de forma escrita (escribir). 65%
5. Comprender pensamientos, sentimientos y hechos de forma escrita (leer). 48%

Subcategoría: Interés en la mejora o potenciación de las competencias

Gráfica #4

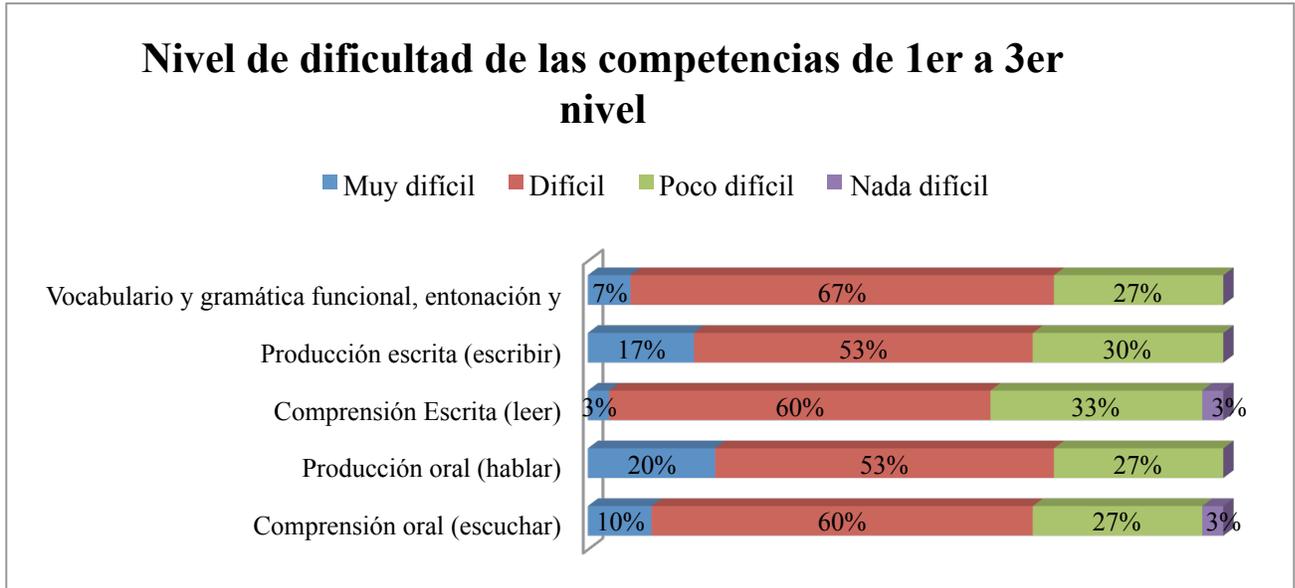


Autora: Laura Rodríguez

De acuerdo con la gráfica número cuatro, el interés que tienen los estudiantes aprendices de una lengua extranjera por mejorar las competencias, evaluadas en las categorías anteriores, y que son necesarias no solo para el dominio de una lengua extranjera, es bastante alto, ya que el 90% de la muestra indicó que su grado de interés en potenciar o mejorar dichas competencias es mucho y sumado a esto, ningún estudiante encuestado mostró desinterés frente a este aspecto.

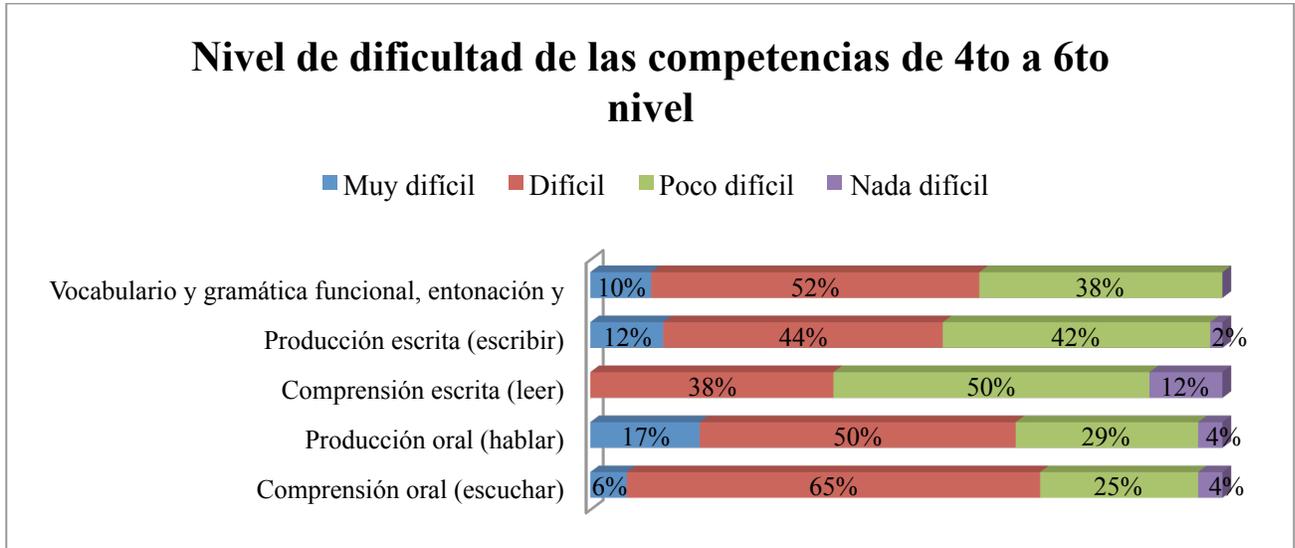
4.2.2 Análisis comparativo entre el nivel en el que se encuentran los estudiantes y percepción de dificultad de las competencias

Gráfica #5



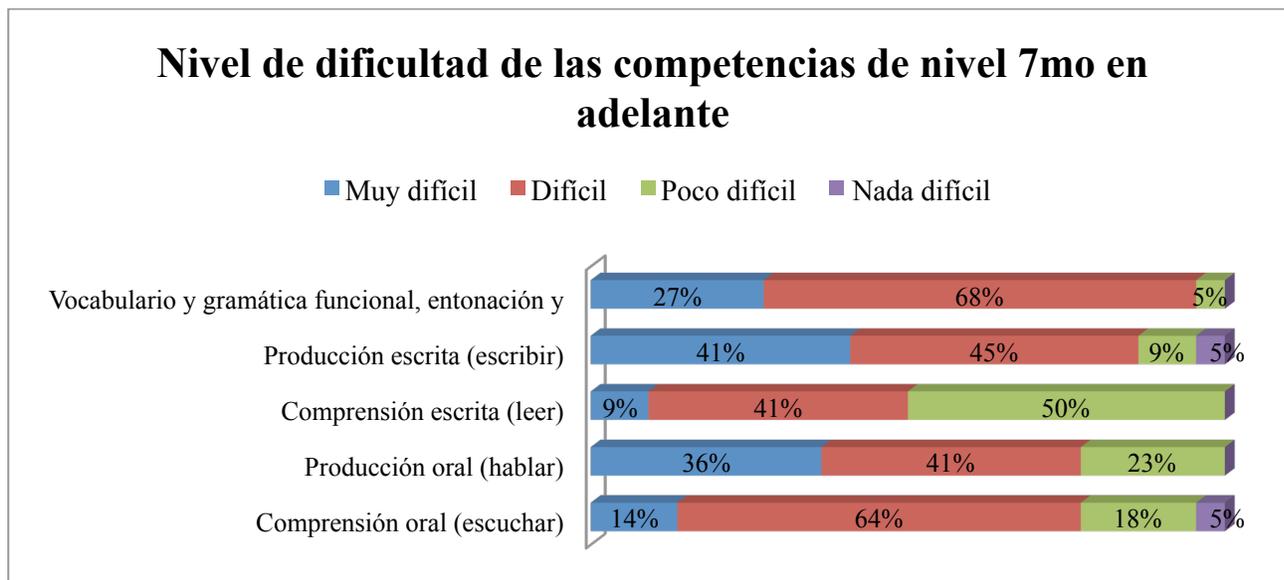
Autora: Laura Rodríguez

Gráfica #6



Autora: Laura Rodríguez

Gráfica #7



Autora: Laura Rodríguez

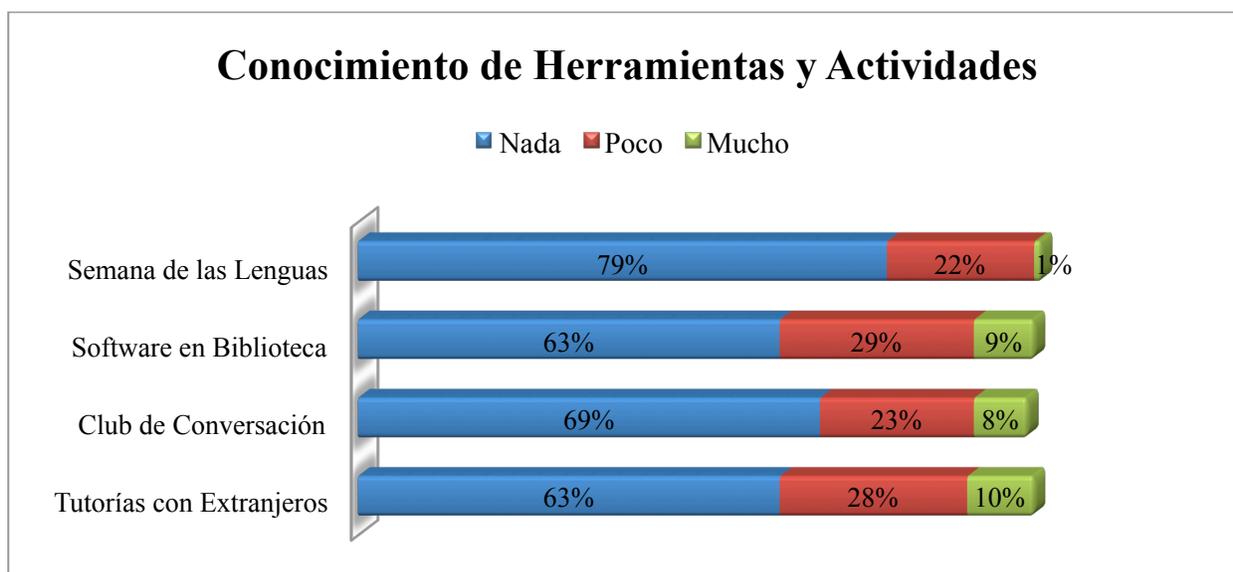
De acuerdo con las gráficas 5,6 y 7 la percepción de dificultad frente a las competencias varía de acuerdo al nivel al que pertenezca el estudiante. Por ejemplo, en los niveles básicos, la mayoría de estudiantes, entendiendo esto como más de la mitad, encuentra difícil todas las competencias, mientras que una vez se avanza a los niveles intermedios: 4to, 5to y 6to, ya los estudiantes comienzan a tener más confianza en su proceso de aprendizaje y así mismo, a desarrollar con más facilidad dichas competencias, por lo tanto el grado de dificultad disminuye y aumenta la percepción de poco difícil. Pero en los niveles más avanzados, se vuelve a la percepción de dificultad de todas las competencias ya que los resultados muestran que la percepción de muy difícil incrementa más del 10% en cada una de las competencias con relación al grupo de niveles intermedios. Esto podría explicarse, de acuerdo con el nivel de exigencia de los últimos cursos, donde ya se requiere un desarrollo avanzado de cada una de estas competencias y donde el estudiante ya debe evidenciar un nivel B2 del idioma en cuestión.

En general se observa que la competencia de comprensión escrita es la que probablemente, más se le facilita a los estudiantes, lo cual coincide en los tres últimos grupos que se analizaron y con los resultados globales de la encuesta.

4.2.3. Categoría: Herramientas y actividades ofrecidas por el Departamento para potenciar el aprendizaje de una lengua extranjera.

Subcategoría: Nivel de conocimiento de las herramientas y actividades por parte de los estudiantes de la Pontificia Universidad Javeriana que aprenden una lengua extranjera

Gráfica #8



Autora: Laura Rodríguez

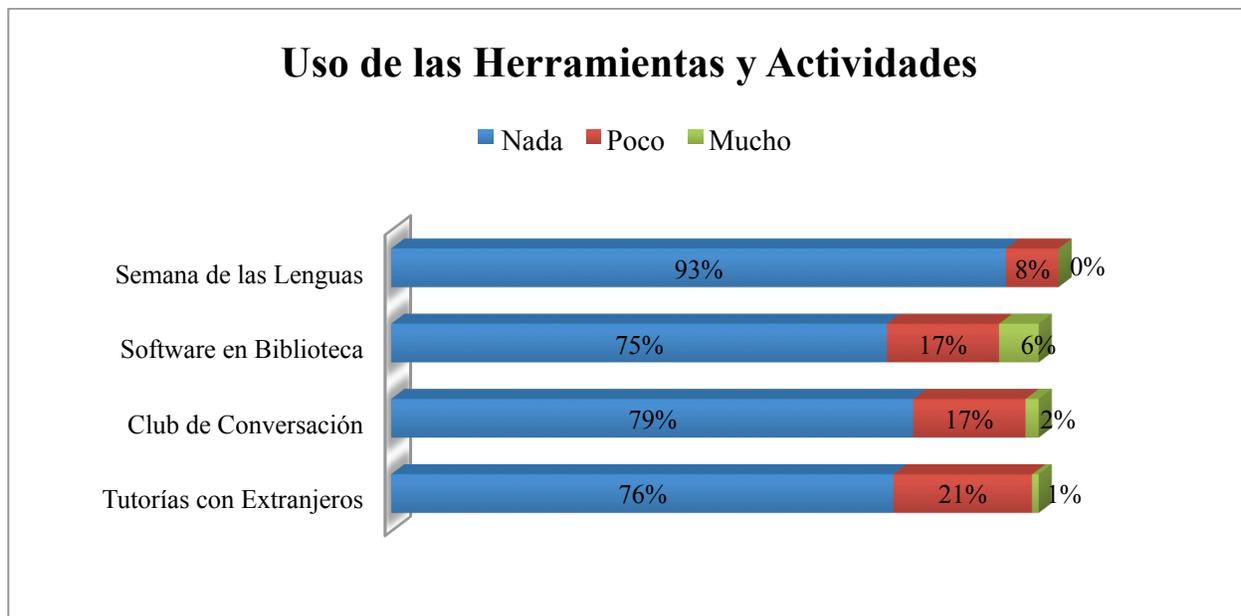
De acuerdo con los resultados en cuanto al nivel de conocimiento de las herramientas y actividades que ofrece el Departamento para los estudiantes aprendices de una lengua extranjera en la Universidad, la gráfica evidenció que la gran mayoría de los estudiantes que hicieron parte de la consulta, no conocen estas facilidades creadas directamente para ellos con el objetivo de ser instrumentos que apoyen su proceso de aprendizaje. Tal cual como muestra la gráfica número

cinco, más de la mitad de la muestra afirmó conocer nada sobre estos mecanismos. Menos del 30% de los encuestados conoce poco de este hecho y tan sólo entre el 1% y el 10% dice conocer mucho. Sin embargo, cabe mencionar que las tutorías con extranjeros y el software en biblioteca son las herramientas que menos grado de desconocimiento presentan.

Por otro lado, de acuerdo con las carreras encuestadas, se podría analizar y determinar que quienes conocen la mayoría de dichas herramientas y actividades podrían ser los estudiantes que pertenecen a la carrera de Lenguas Modernas, por su mayor porcentaje de presencia en la encuesta y por ser los estudiantes que más están relacionados con el aprendizaje de otro idioma. No obstante, así haya habido presencia de esta carrera en la encuesta, el porcentaje de mucho conocimiento es significativamente bajo.

Subcategoría: Uso de las herramientas y actividades.

Gráfica #6



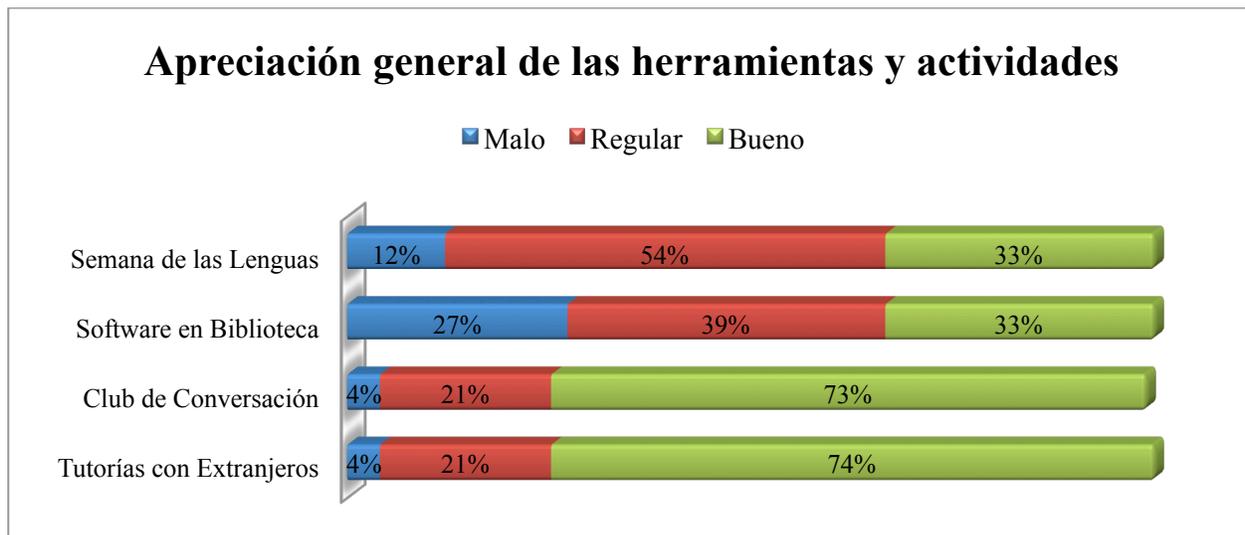
Autora: Laura Rodríguez

Los resultados de esta subcategoría están directamente relacionados con los resultados de la subcategoría del nivel de conocimiento de las herramientas y actividades, ya que así como el conocimiento de éstas se mostró en un porcentaje muy bajo, su nivel de uso también, en la medida en que no hay posibilidad de hacer uso de ellas si no las conocen. Pero en este caso, como demuestra la gráfica número seis, los porcentajes de uso nulo comprenden del 75% al 93%, cantidad mucho mayor al desconocimiento de los instrumentos, lo que indica que así exista cierto grado de conocimiento de las herramientas y actividades, igualmente siguen sin ser usadas en gran medida.

En este punto, se debe destacar que la herramienta con mayor nivel de uso es el software en biblioteca, el cual es una plataforma virtual instalada en la mayoría de computadores de la Biblioteca de la Universidad, que presenta ejercicios para la práctica del inglés y otros idiomas.

Subcategoría: Apreciación de las herramientas y actividades.

Gráfica #7



Autora: Laura Rodríguez

De acuerdo con los resultados de la gráfica número siete, relacionados con la apreciación que le otorgan los estudiantes de una lengua extranjera consultados, respecto a dichas herramientas, bien sea, porque las han usado o porque presentaron una opinión general sobre cada una de ellas, las respuestas varían de acuerdo a cada herramienta. En este sentido, las herramientas con mayor calificación de buenas fueron: el club de conversación y las tutorías con extranjeros, obteniendo ambas más del 70%, mientras que la actividad de la semana de las lenguas y el software en biblioteca fueron calificadas como regulares en mayor porcentaje y tan sólo el 33% consideró que estas eran unas buenas herramientas para potenciar o mejorar las competencias requeridas en el aprendizaje de una lengua extranjera.

Ahora bien, hablando específicamente de la que tuvo menor calificación, es decir, el *software* en biblioteca, se puede analizar que este resultado tendría que ver específicamente con el uso de la herramienta, por ser la que más usan los estudiantes. Por lo tanto, esto indicaría que para los estudiantes que aprenden una lengua extranjera el instrumento es ineficiente o poco agradable.

Sumado a esto, por la observación realizada por la propia investigadora, como parte de este trabajo, se pudo identificar que el software que se halla en biblioteca deficiencias significativas: entre ellas: 1) la aplicación es poco amigable, lo cual dificulta no solo el uso sino la comprensión de los temas, 2) el software por su diseño se ve obsoleto, lo cual además lo hace poco atractivo al usuario, 3) el procesamiento de los datos es lento y se paraliza continuamente, 4) los temas que se proponen son bastante desactualizados.

En este punto, resulta importante destacar que en la actualidad existen un número amplio de software, mucho más amigables con el usuario y que posibilitan el uso desde lugares remotos, de

tal suerte que el estudiante puede acceder a cualquier hora y en cualquier lugar, teniendo un pc o cualquier dispositivo electrónico y una conexión a Internet.

Este punto, es quizá uno de los que mayor dificultad evidencia, al momento de pensar en el uso que los estudiantes le están dando a las herramientas que se ofrecen para apoyar sus procesos de aprendizaje de una lengua extranjera, a lo que se le suma el hecho, de que las herramientas existentes son escasas, poco conocidas y por tanto, poco usadas por los estudiantes.

Subcategoría: Percepción de Utilidad

Gráfica #8

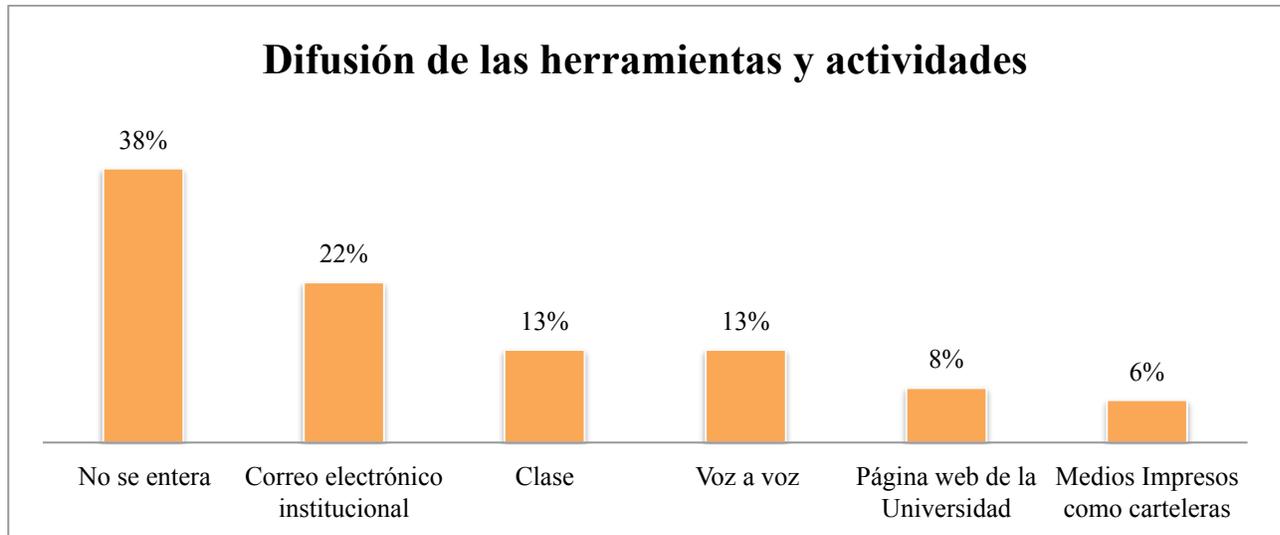


Autora: Laura Rodríguez

La gráfica número ocho, evidencia que para la gran mayoría de estudiantes de una lengua extranjera, el uso de herramientas y actividades dentro de su proceso de aprendizaje resulta ser útil como apoyo a esta práctica, y específicamente para la mejora de las competencias necesarias de lograr. Sin embargo, esta opinión debe estar en coherencia con lo que se le ofrece como elementos de apoyo.

Subcategoría: Difusión de las Herramientas y Actividades

Gráfica #9



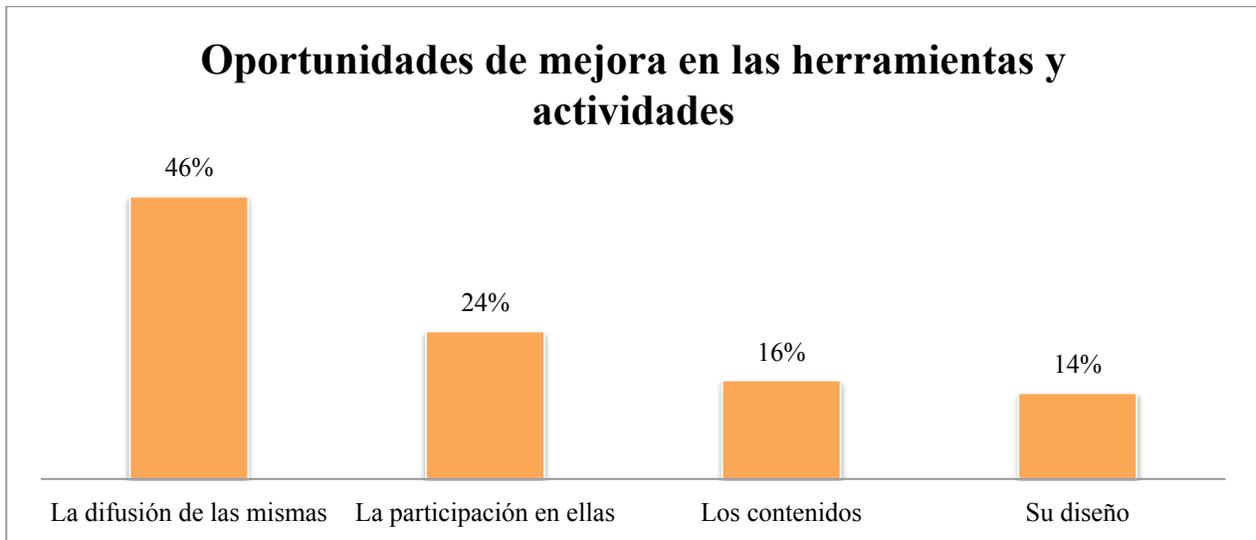
Autora: Laura Rodríguez

Conforme a lo que indica la gráfica número nueve, la cual se refiere a los medios por los cuales los estudiantes se enteran de las herramientas y actividades que ofrece el Departamento, no se evidencia un medio predominante ya que la mayoría de los estudiantes no se enteran de la existencia de estas herramientas, esto relacionado con los resultados de poco conocimiento de las mismas.

Sin embargo, los pocos que las conocen se enteran por medio del correo electrónico institucional, pero muy probablemente los estudiantes ignoran el contenido del correo porque pese a que se enteren por este medio de la existencia de dichas herramientas y actividades, no hacen uso de ellas.

Subcategoría: Oportunidad de mejora.

Gráfica #10



Autora: Laura Rodríguez

De acuerdo con la gráfica número diez, lo que los estudiantes creen que más debería mejorar de las herramientas y actividades es la difusión de las mismas, esto en relación a que la gran mayoría no se entera de estas facilidades ofrecidas por el Departamento, como ya se había mencionado anteriormente. Sin embargo, los demás ítems también fueron considerados por los estudiantes como aspectos a mejorar por lo tanto se tomaron en cuenta a la hora de la propuesta estratégica.

4.3 Resultados Globales

En ese punto se consolidan los resultados generales y más relevantes del diagnóstico expuesto a lo largo de este capítulo, desde donde se extraerán las problemáticas centrales desde donde se diseñará y propondrá la estrategia de comunicación con la que se busca aportar al fortalecimiento del proceso de enseñanza – aprendizaje de una lengua extranjera.

Los estudiantes aprendices de una lengua extranjera de la Universidad Javeriana, están interesados en gran medida en mejorar o potenciar las competencias clave para lograr dicho

aprendizaje, es decir: la producción y comprensión oral, la producción y comprensión escrita y el conocimiento de vocabulario, gramática y pronunciación. Las cuales son las competencias comunicativas establecidas por el Marco de Referencia Europeo, que deben desarrollarse a la hora de aprender una lengua extranjera.

Sin embargo, estas cinco competencias, no son las únicas que el Marco de Referencia decreta, existen cuatro más que al igual que las anteriores, son indispensables y necesarias para el logro, adquisición y aprendizaje de una lengua extranjera y que se refieren a destrezas y estrategias en el aprendizaje y al entendimiento intercultural.

Gracias a este interés por parte de la gran mayoría de los estudiantes, es viable y además, necesaria, la generación de estrategias que permitan potenciar y mejorar el nivel de logro y reducir el de dificultad de tales competencias.

De acuerdo a lo que plantean los decretos de enseñanzas mínimas fundamentados en el Marco de Referencia Europeo, el logro de todas las competencias establecidas es vital para el óptimo dominio del aprendizaje de lenguas extranjeras. Como se evidenció en la consulta, el logro de las competencias en general se da en un nivel medio y bajo, lo cual expone la necesidad de promover y crear espacios, actividades y herramientas que permitan al estudiante mejorar sus capacidades, aterrizar sus conocimientos y fortalecer su aprendizaje.

Si bien como lo mostraron los resultados, el logro y la dificultad en relación con las competencias están directamente relacionados, la creación de una solución que le apunte a alguna de las dos subcategorías, ayudaría a ambas, por lo tanto alguna estrategia que aumente el nivel de logro a su vez conseguiría que la dificultad disminuya.

Esto, basado en la estrecha relación que mostraron los resultados del nivel de logro y dificultad, donde la que menos se lograba era la que más difícil encontraban los estudiantes al momento de su aprendizaje y viceversa.

De acuerdo con los referentes teóricos expuestos en este trabajo, la didáctica del aprendizaje se está concentrando en el proceso activo y autónomo del estudiante, que no se limita al aula de clase sino que busca que él haga parte de su proceso. Sin embargo, para que esa actividad autónoma se dé de manera efectiva, el estudiante que está aprendiendo una lengua extranjera requiere de diferentes actividades, herramientas que le permitan realizar este proceso y que le faciliten su comprensión. Esto necesariamente obliga a quienes diseñan y ofrecen los cursos, contar con diferentes mecanismos que el estudiante pueda emplear para potenciar su aprendizaje autónomo. Si bien el Departamento ofrece un conjunto de herramientas y actividades para apoyar estos procesos, estas son muy limitadas, a lo que se le suma el hecho que son insuficientemente conocidas y usadas por los estudiantes.

En este sentido, la creación de una estrategia comunicativa que fortalezca el conocimiento y por ende el uso de las herramientas que fueron catalogadas por los estudiantes como buenas, se hace importante y necesario. Como también, la creación de nuevos espacios que estén fundamentados en la teoría constructivista y conectivista, para que le apunten a lograr otra de las competencias establecidas por el Marco Europeo, que busca el uso de estrategias de aprendizaje y todos los medios a su alcance, incluidas las tecnologías de la información y la comunicación.

En relación con las herramientas existentes también es importante mencionar que en la actualidad, los diferentes mecanismos desarrollados a través de la web 2.0, y el Internet, facilitan

la creación de software que dé participación al usuario con ambientes más amigables, mayor acceso, mayor rapidez e incluso conexión desde lugares remotos. Plataformas educativas gratuitas como Moodle, hoy en día están siendo empleadas por diferentes instituciones de educación donde, sin desvirtuar la presencialidad de los cursos, se logran aprendizajes importantes y se apoya el desarrollo de diferentes competencias. Así mismo, herramientas como las actuales redes sociales permitirían consolidar foros, grupos de discusión, redes de cooperación, incluso pueden ser “grupos cerrados”, que permitan una interacción en tiempo real y activa, de los estudiantes.

Dado que los nuevos paradigmas de educación fundamentados en las teorías modernas como el constructivismo y conectivismo, proponen al estudiante como un agente activo, quien debe construir activamente su conocimiento y no limitarse a lo simplemente expuesto por el docente y que la investigación reveló que para la mayoría de estudiantes de lenguas extranjeras es útil el uso de herramientas y actividades dentro del proceso de aprendizaje que potencien las competencias. La estrategia orientada a apoyar y complementar el proceso de aprendizaje con acciones de comunicación que servirían como herramientas, tendría fundamento de ejecución

En este punto y revisando los resultados obtenidos, se hace igualmente visible en educación, el papel de la comunicación y la participación del estudiante en la construcción y apropiación de conocimiento. De ahí la necesidad no solo de redefinir y mejorar los procesos con los cuales se potencia el trabajo autónomo, sino todo el conjunto de mecanismos, acciones que están promoviendo el Departamento para ayudar al estudiante a que mejore el dominio de una lengua extranjera. Pensar en una estrategia de comunicación, no significa en este contexto, exclusivamente diseñar un software, crear un sitio web o un perfil en redes sociales o diseñar

volantes para que el estudiante conozca los recursos con que cuenta. Se trata es de pensar en la necesidad de establecer una conexión más cercana entre el estudiante, los contenidos, los cursos, el profesor y sus compañeros, para que de esta manera pueda mejorar sus competencias.

Esto también significa generar una mayor conciencia sobre lo que significa el aprendizaje autónomo, en tanto, capacidad de aprender sin la necesidad de un tutor; así mismo, este trabajo plantea la reflexión sobre qué tanto se están pensando, actualizando y rediseñando las estrategias con las que se permite al estudiante mejorar este aprendizaje. Entonces, la comunicación acá entendida como ese escenario que vincula, comparte y construye significados, se vuelve indispensable frente a las problemáticas acá identificadas. No solo se requieren más medios y herramientas de aprendizaje, sino también de escenarios donde el estudiante sea protagonista de su propio proceso, donde se conozca y comparta sus experiencias, dificultades e ideas con aquellos que están también tomando estos cursos, e incluso, pueda conocer otras culturas sin necesidad de desplazarse físicamente hacia ellas. Todo este conjunto de situaciones, justifica pensar y diseñar los procesos de comunicación, en aras también de enriquecer el conocimiento de otras culturas, sociedades y dinámicas, punto desde donde partirá la propuesta que se presenta a continuación.

V. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER EL APRENDIZAJE DE UNA LENGUA EXTRANJERA

El presente capítulo consiste en el planteamiento de una serie de estrategias de comunicación orientadas a fortalecer y apoyar el aprendizaje de una lengua extranjera, en la Universidad Javeriana. Por lo tanto, se presenta la comunicación como proceso que permita fortalecer el aprendizaje de una lengua extranjera en los estudiantes. Cada estrategia plantea el público al cual va dirigida así como también las tácticas y acciones específicas que la componen. En general, la propuesta evidencia las áreas de mejora en las que se centra cada estrategia que a su vez se presentan como oportunidades para el futuro.

5.1 Problemáticas y necesidades identificadas

- Necesidad de fortalecer las competencias necesarias para el aprendizaje de una lengua extranjera en el estudiante.
- Dificultades en la comunicación entre el Departamento y todos los estudiantes de las diferentes carreras que aprenden una lengua extranjera.
- Falta de conocimiento y uso de las herramientas y actividades propuestas por el Departamento.
- Escasez de espacios de comunicación donde se promueva la integración y así mismo, el uso de las diferentes lenguas.
- Falta de motivación por el aprendizaje autónomo.
- Escasez de utilización de las Tecnologías de la Información y Comunicación en los procesos de aprendizaje y de comunicación.

5.2 Justificación de la estrategia

De acuerdo con los resultados del diagnóstico sobre el proceso de aprendizaje de una lengua extranjera dentro de la Universidad Javeriana, que implicó conocer qué significaba este proceso para el Departamento que ofrece el servicio de enseñanza; identificar cuál es la percepción de los estudiantes sobre las competencias que logran y analizar las herramientas y actividades ofrecidas por el mismo Departamento para fortalecer este aprendizaje, se hizo evidente la propuesta de una estrategia de comunicación que facilite, apoye y fortalezca el aprendizaje de una lengua extranjera en estudiantes universitarios.

Esta estrategia también obedece a la necesidad de vincular, integrar y darle participación activa a los estudiantes de una lengua extranjera en su propio aprendizaje, así como propender porque desarrollen mayor autonomía y motivación con este proceso.

Otra importante razón que justifica esta propuesta es la necesidad de modernizar las plataformas de comunicación, de tal suerte que se pueda acercar más al estudiante con sus compañeros de clase, con otros aprendices de una lengua, con la facultad y en lo posible, generarle mayores experiencias con otras culturas que le permitan poner en práctica la lengua aprendida.

5.3 Objetivos

5.3.1 General

Apoyar y fortalecer el aprendizaje de una lengua extranjera de los estudiantes de la Universidad Javeriana de Bogotá a partir de diferentes acciones que le posibiliten un aprendizaje autónomo, la mejora de las competencias, generen mayor motivación con el aprendizaje y empleen tecnologías actuales de información y comunicación.

5.3.2 Objetivos Específicos

- Mejorar herramientas y actividades existentes ofrecidas por el Departamento de Lenguas para el aprendizaje de una lengua extranjera.
- Aumentar el conocimiento y uso de las herramientas y actividades existentes y ofrecidas por el Departamento de Lenguas con nuevos canales de comunicación.
- Diseñar y divulgar nuevos espacios de interacción donde el estudiante desarrolle con mayor facilidad las diferentes competencias que se requieren para el aprendizaje de una lengua extranjera.
- Motivar el aprendizaje de una lengua extranjera, con nuevas dinámicas.
- Aumentar la cercanía entre el Departamento de Lenguas y los estudiantes de todas las carreras aprendices de una lengua extranjera.
- Promover el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), para el aprendizaje de una segunda lengua y comunicarse con ella, e incorporar nuevos canales de comunicación empleando este tipo de tecnologías que posibiliten entornos virtuales interactivos y colaborativos entre los aprendices de una lengua extranjera.

5.4 Público Objetivo

La estrategia se encuentra dirigida a todos los estudiantes aprendices de una lengua extranjera de la Universidad Javeriana de Bogotá, quienes hacen parte de alguna de las carreras ofrecidas por la Universidad y por lo tanto hacen parte del proceso de formación profesional. Los estudiantes, comprenden principalmente las edades entre los 19 y 24 años, y en su mayoría aprenden el idioma inglés como su primera opción. Se destaca que estos estudiantes hacen parte de diferentes

carreras, por lo tanto quienes cursan los cursos ofrecidos por el Departamento son estudiantes de toda la Universidad.

5.5 Estrategias

5.5.1 Estrategia #1: Integración, participación y comunicación gracias a las TIC

Público Objetivo: Todos los estudiantes aprendices de una Lengua Extranjera en los cursos ofrecidos por el Departamento de Lenguas.

Mensaje Central: “The one who is not interconnected in this new era, is losing too much”

Tabla 8.

Tácticas	Definición	Acciones
Táctica #1 Creación de cuentas y páginas en diferentes redes sociales	Creación de una página de comunidad en Facebook que sea exclusivamente de los Estudiantes de Lengua Extranjera de la Javeriana. Esto complementado con la creación de una cuenta en Twitter, también exclusiva para este grupo de estudiantes, que sea otro canal de comunicación y finalmente una cuenta en Instagram que llame la atención a partir del uso de imágenes.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Propuesta del nombre que va a llevar cada red social, todas interconectadas que compartan la misma línea. 2. Creación y elección de contenido para publicar mediante estas redes, definición de periodicidad y cantidad. Como links de apoyo para estudio de cualquier lengua, videos de tutoriales, imágenes de gramática, etc.. 3. Elección de un Community Manager que se encargue de estar actualizando todas las redes, compartiendo contenido y administrando las cuentas

<p>Táctica #2</p> <p>Creación de aplicación móvil como espacio virtual de colaboración e intercambio de conocimientos en idiomas.</p>	<p>Crear una aplicación donde la comunidad javeriana que habla varios idiomas, tanto estudiantes nativos como extranjeros haga parte y se establezcan conversaciones únicamente en otros idiomas, se resuelvan dudas sobre vocabulario y gramática y así mismo se refuerce la competencia de escritura.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar toda la comunidad que habla y maneja más de un idioma. 2. Creación de la aplicación para todo tipo de móvil o tecnología inteligente. 3. Ejecución de las piezas que promocionarán la aplicación. 4. Lanzamiento de la aplicación por todos los medios de la Universidad, las redes sociales de la comunidad aprendiz de una lengua extranjera y así mismo mediante todo tipo de publicaciones: digitales, impresas, radiales. 5. Evaluación de la aplicación
<p>Táctica #3</p> <p>Club de Conversación virtual</p>	<p>Crear un club de conversación virtual basados en la idea del club de conversación existente dentro de las herramientas ofrecidas por el Departamento, pero trasladándolo a una plataforma virtual.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar los posibles participantes del club. 2. Darle identidad al club de conversación “La comunidad bilingüe habla” 3. Creación del logo del club así mismo la piezas necesarias para su propagación. 4. Definición de la metodología del club: video-llamadas, blog, chat. 5. Establecer las reglas que van a regir al club. 6. Creación de la plataforma virtual instalada en una página web 7. Lanzamiento del club por todas las

		comunidades de redes sociales.
Táctica #5 Promoción de aplicaciones educativas para móviles y servicios web especializados en la mejora del aprendizaje de idiomas.	<p>Por medio de piezas gráficas incentivar el uso de aplicaciones móviles como: Duolingo, Mosalingua o Voxy, las cuales son opciones para aprender cualquier idioma desde cualquier dispositivo electrónico por medio de actividades y juegos. Así mismo, promocionar los programas web como: Lingua.ly un plug-in para Google Chrome, Memrise o Busuu. Esto con el fin de facilitar a los estudiantes la mejora de las competencias sin tener que asistir a cursos o actividades presenciales ya que no todos tienen el tiempo o el dinero suficiente para estudiar en el extranjero. Por eso, los programas y aplicaciones gratuitos para aprender <i>online</i> son una muy buena opción.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Evaluación por medio de cuadro de comparación de todas las aplicaciones y servicios web existentes para la mejora de las competencias en lengua extranjera y así escoger las mejores. 2. Crear capacitaciones donde se le explique a los estudiantes cómo usarlas, qué facilidades otorgan y demás aspectos claves. 3. Creación de piezas gráficas entregables como infografías donde se explique que son, para qué sirven, cómo funciona y su utilidad. 4. Indagación posterior para saber si los estudiantes han descargado estas aplicaciones y las usan.

Autor: Laura Rodríguez

Indicadores: Número de miembros de la comunidad en Facebook, número de seguidores de la cuenta en Twitter, número de usuarios de la aplicación móvil, cuestionario de medición del grado de satisfacción y calidad del club de conversación.

5.5.2 Estrategia #2: Difusión de las herramientas y actividades existentes ofrecidas por el Departamento de Lenguas usando nuevos canales de comunicación

Público Objetivo: Todos los estudiantes aprendices de una Lengua Extranjera en los cursos ofrecidos por el Departamento de Lenguas y Profesores del Departamento.

Mensaje Central: “¡Conoce, utiliza y aprovecha las actividades hechas para ti y tu lengua extranjera!”

Tabla 9.

Táctica	Definición	Acciones
Táctica #1 Creación de personaje llamativo.	Creación de personaje que será presentado a través de flyers, stickers y tropezones para la divulgación de información sobre la existencia de las herramientas y actividades.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Crear un personaje para apoyar la difusión de los mensajes. 2. Crear mensualmente un flyer informativo virtual, compuesto por imágenes donde se informe acerca de las herramientas y se invite a usarlas, que será difundido mediante el correo electrónico institucional y las redes sociales. 3. Creación de stickers y

		<p>tropezones que se peguen y coloquen en varios sitios estratégicos de la Universidad los cuales inviten a usar las herramientas.</p> <p>4. Elegir un vocero de cada carrera que se encargue de difundir esta información en cada facultad.</p> <p>5. Evaluación de impacto de dichos medios en los estudiantes.</p>
<p>Táctica #2</p> <p>Creación de contenido multimedia para ser circulado por medios electrónicos.</p>	<p>Creación de filminutos o video clips en los cuales se cuente audiovisualmente las experiencias que han tenido los estudiantes con dichas herramientas y actividades. Estos videos serán lanzados cada trimestre, uno al comienzo del semestre y otro al final para que genere mayor recordación.</p>	<p>1. Identificación de estudiantes que han usado las herramientas y actividades.</p> <p>2. Selección de los estudiantes que participarán en el video.</p> <p>3. Creación del guión</p> <p>4. Grabación y Edición</p> <p>5. Difusión de los filminutos por las redes sociales y en la página de universidad y en diferentes medios electrónicos.</p>
<p>Táctica #3</p> <p>Creación de puentes de información con profesores.</p>	<p>Ejecución de reuniones con profesores donde se les recuerde que deben promover el uso de las herramientas y actividades ofrecidas por el Departamento a los estudiantes en sus salones de clase.</p>	<p>1. Ejecución de reuniones con los profesores.</p> <p>2. Difusión de información</p> <p>3. Seguimiento</p>

	<p>En este caso, podrían incluir el uso de las tutorías con extranjeros y el club de conversación como tarea de la clase.</p>	
<p>Táctica #4</p> <p>Generación de vínculos entre el Departamento de Lenguas y los estudiantes de todas las carreras aprendices de una lengua extranjera.</p>	<p>Lograr que todos los estudiantes de alguna lengua extranjera pertenecientes a diferentes carreras establezcan una relación estrecha con el Departamento. Aprovechar la creación del Centro de Lenguas a partir del siguiente semestre para atraer a todos los estudiantes.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promocionar el Centro de Lenguas en toda la Universidad. 2. Generar lazos entre todos los estudiantes de diferentes carreras que aprenden alguna lengua extranjera con el Departamento, para que así no sólo sean los estudiantes de Lenguas Modernas quienes tengan conocimiento de esto y sean los más involucrados. Esto a partir de charlas informativas en los auditorios de la Universidad donde se abran las puertas a todos los estudiantes. 3. Establecer con las diferentes facultades una relación para que estas mismas difundan información sobre las facilidades que otorga el Departamento y sobre el Centro de Lenguas.

Autora: Laura Rodríguez.

Indicadores: Evaluación de impacto en los estudiantes de los medios impresos difundidos y filminutos, medición nuevamente de nivel del conocimiento de las herramientas y actividades

tras difundir este contenido. Nivel de satisfacción de los estudiantes con la estrategia. Nivel de participación de estudiantes en la creación de los videoclips.

5.5.3 Estrategia #3: Integración cultural

Público Objetivo: Todos los estudiantes de la Universidad Javeriana de Bogotá, especialmente aprendices de una Lengua Extranjera en los cursos ofrecidos por el Departamento de Lenguas.

Mensaje central: “El idioma te acerca a diferentes culturas, ¡intégrate y descubre nuevos mundos!”

Tabla 10.

Tácticas	Definición	Acciones
Táctica #1 Diseño de nuevos espacios de integración cultural	<p>Actividad 1: Creación de una feria intercultural dentro de la Universidad con diferentes países participantes, donde se simule que el estudiante se encuentra en cada uno de esos países y para acceder a información o compra de algún elemento tenga que comunicarse en el idioma correspondiente.</p> <p>Actividad: 2 ejercer un lazo con el grupo Out of Town (grupo de extranjeros de la Universidad) para que inviten a los</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Campaña de expectativa para promocionar la feria intercultural 2. Solicitud de permiso para realización de la feria en el espacio Universitario. 3. Elección de países participantes. 4. Conseguir estudiantes y profesores extranjeros de diferentes países que participen en los stands. 5. Conseguir patrocinios que potencien la feria. 6. Difusión por todos los medios a cerca de la feria. 7. Ejecución 8. Creación de un concurso para los estudiantes, donde quien invente un

	<p>estudiantes que quieran mejorar su competencia oral, a sus actividades.</p> <p>Actividad 3: Creación de una actividad lúdica, donde a modo de juego los estudiantes practiquen su idioma en situaciones diferentes al aula de clase.</p>	<p>video contando y mostrando como fue la feria en el idioma que sabe, gane un viaje.</p> <p>9. Difusión del concurso</p> <p>10. Relación con el grupo Out of Town Javeriana.</p>
<p>Táctica #2</p> <p>Divulgación de espacios de comunicación e interacción existentes</p>	<p>Divulgación en toda la Universidad de esta novedosa iniciativa: el “<i>Wednesday Speakeasy</i>” un espacio de conversaciones informales entre colombianos y extranjeros en diferentes bares y cafés de la ciudad que busca promover el intercambio cultural, el aprendizaje de nuevas lenguas y la puesta en práctica de las mismas.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informar a partir de links sobre esta iniciativa por medio de las comunidades en redes sociales. 2. Crear tarjetas de invitación a los estudiantes a asistir con su grupo de amigos. 3. Asistir al “Wednesday Speakeasy” hacerles una nota periodística. 4. Difundir la nota periodística.
<p>Táctica #3</p> <p>Incentivar el interés en los aprendices de una lengua extranjera</p>	<p>Realización de actividades que logren aumentar el interés por aprovechar esta oportunidad que les brinda la Universidad dentro de su proceso académico.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planear reuniones con el Departamento de Asuntos Internacionales. 2. Plantearle al Departamento de Asuntos Internacionales que ofrezcan más facilidades y opciones para que un mayor número de estudiantes se

<p>por hacer parte del programa de intercambio académico internacional</p>		<p>pueda ir.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Establecer convenios con diferentes organizaciones para que a través de incentivos se promueva la visita a diferentes países. 4. Crear una campaña donde se promueva a través de imágenes el interés de los estudiantes por conocer y viajar nuevos países. Esto en todas las facultades, evidenciando los lugares a los cuales se podrían ir y difundiendo el siguiente mensaje: “No dejes que pase la Universidad y no hayas aprovechado esta oportunidad” 5. Difundir la campaña por las diferentes redes sociales que tienen las comunidades javerianas. 6. Crear un concurso, donde participen todos los estudiantes de niveles más avanzados con el fin de escoger aquellos que se han destacado por su desempeño, para que participen en una de las becas que ofrece el Departamento de Asuntos Internacionales. 7. Realizar un reconocimiento público por su desempeño en el aprendizaje de una lengua extranjera. 8. Realizar charlas donde estudiantes
---	--	---

		que ya han vivido esta experiencia le cuenten a los demás todos los beneficios que esta oportunidad le trajo y en general relate como fue. 8. Evaluar la campaña
--	--	---

Autora: Laura Rodríguez

Indicadores: Número de asistentes a la feria intercultural y a las charlas de los intercambios, número de participantes en la actividad “Wednesday Speakeasy”, conocer si hubo aumento en número de estudiantes que aplicaron a algún intercambio, medición del grado de satisfacción de las actividades.

5.5.4 Estrategia #4: Motivación para aprender una lengua extranjera específicamente sobre la importancia del idioma inglés.

Público Objetivo: Todos los estudiantes aprendices de una Lengua Extranjera en los cursos ofrecidos por el Departamento de Lenguas.

Mensaje central: “No seas como Wachu, habla bien tu inglés”

Tabla 11.

Táctica	Definición	Acciones
Táctica #1 Generar una campaña de motivación para	Debido a la importancia del inglés no sólo para los estudiantes de Lenguas sino para toda la comunidad de estudiantes de la Universidad, es importante	1. Emplear el personaje de Open English para llamar la atención de los estudiantes. 2. Generar las piezas que acompañarían a la campaña.

<p>promover la importancia del inglés en los estudiantes.</p>	<p>motivar a que los estudiantes aprendan, mejoren y perfeccionen esta capacidad y que no sólo lo vean como un requisito para poder graduarse por medio de una campaña creativa y llamativa.</p>	<p>3. Difundir la campaña por las redes sociales y así mismo por los espacios de carteleras de la Universidad.</p> <p>4. Regalar a todos los estudiantes entradas para cine en inglés</p> <p>5. Cerrar la campaña con un evento donde expertos hablen sobre la importancia del inglés y donde se ofrezcan cursos, intercambios y demás.</p>
--	--	---

Autora: Laura Rodríguez

Indicadores: Número de asistentes al evento, cuestionario de medición del grado de satisfacción del evento, medición del grado de interés de los estudiantes por el idioma inglés.

5.6 Presupuesto:

Tabla 12.

Actividades	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
- Diseño y ejecución de aplicación móvil	1	15'000.000	15'000.000
- Diseño de piezas gráficas	100	7.000	700.000
- Plataforma club de conversación	1	1'000.000	1'000.000
- Community Manager	Horas	15.000	500.000
- Creación y edición de material audiovisual	5	100.000	500.000
- Stands y recursos feria Intercultural	1	1'500.000	1'500.000
- Honorarios de colaboradores (profesores y expertos)	Horas	20.000	900.000

Autora: Laura Rodríguez

Total: 20.100.000

Se aclara que este presupuesto es tan sólo un valor estimado y que el total puede variar, tanto aumentar como disminuir. Por ejemplo, ciertas actividades se pueden obtener con un valor más reducido o sin costo alguno, estableciendo ciertas alianzas con las diferentes carreras como: Comunicación Social para la actividad del Community Manager y el material audiovisual, Ingeniería de Sistemas para la aplicación móvil y diseño para las piezas gráficas.

VI. CONCLUSIONES

El presente trabajo consistió en identificar en qué medida la comunicación podía apoyar y fortalecer el proceso de aprendizaje de los aprendices de una lengua extranjera en la Universidad Javeriana. De acuerdo con las investigaciones realizadas, los resultados y análisis respectivos, se pudo determinar que una estrategia de comunicación comprendida por tácticas y acciones específicas, sería útil como propuesta para fortalecer en los estudiantes este proceso de aprendizaje.

Ya que a partir de la creación y posteriormente la ejecución de dicha estrategia comunicativa, se le puede apuntar a la solución de problemáticas y necesidades, que al ser resueltas aportarían directa e indirectamente a una mejora del desempeño del estudiante. Como el fortalecimiento del conocimiento y por ende el uso de las herramientas otorgadas a los estudiantes para ayudar a la mejora de su aprendizaje, la mejora de las competencias tanto comunicativas como generales, exigidas por el Marco Europeo como requisito para el óptimo aprendizaje de una lengua extranjera, la creación de nuevos espacios y canales comunicacionales, la motivación por el buen desarrollo de este aprendizaje y su importancia en el mundo globalizado y la introducción al uso de las Tecnologías de Información y Comunicación dentro de este proceso.

Además de esto, la estrategia de comunicación contribuye a proponer al estudiante como un agente activo, quien debe construir activamente su conocimiento y no limitarse a lo simplemente expuesto por el docente y sumado a esto, ya que la comunicación en lenguas modernas necesita de destrezas tales como la mediación, interacción y entendimiento cultural, la comunicación da esa posibilidad también, de enriquecer el conocimiento de otras culturas, sociedades y dinámicas.

En este sentido, se concluye que la comunicación como proceso fortalece el aprendizaje de una lengua extranjera por parte de los estudiantes de la Universidad Javeriana, propiciando la participación del estudiante en la construcción y apropiación de su propio conocimiento, ampliando los flujos de información y estableciendo nuevos espacios de interacción y colaboración, entendiendo que lo principal en este aprendizaje es el desarrollo de las competencias comunicativas.

Es decir que el planteamiento de una estrategia de comunicación en este contexto, no se refirió exclusivamente a diseñar productos comunicativos o crear perfiles en redes sociales para que el estudiante conozca los recursos con que cuenta. Significó establecer una conexión más cercana entre el estudiante, los contenidos, las herramientas, el profesor y sus compañeros, para que de tal manera pueda estar inmerso en un proceso enriquecedor, completo y eficiente.

Entonces, la comunicación entendida como esa disciplina y escenario que vincula, comparte y construye significados a través de herramientas creativas y novedosas que encajan con lo que demanda el mundo contemporáneo; se vuelve indispensable a la hora de un aprendizaje que tiene como referente máximo el desarrollo de la comunicación y cuyo fin primario es comunicarse. Apoyando así, mediante la creación de espacios de contacto directo del estudiante con las formas de comunicación, a esta didáctica educativa concentrada en el proceso autónomo del estudiante el cual debe involucrar una serie amplia de estrategias y herramientas que faciliten su proceso de aprendizaje.

Finalmente, es relevante destacar que se constituyó una directriz teórica con un referente práctico, que considera tanto lo simbólico como lo físico, agrupa a las personas implicadas para

lograr una unificación orientada hacia metas comunes, que le apunta a buenos resultados en un futuro y por lo tanto busca permanecer en el tiempo.

BIBLIOGRAFIA

- Barbero, J., Maestro, A., Pitcairn, C., & Saiz, A. (2008). *Las competencias básicas en el área de Lenguas Extrajeras*. (C. d. Cantabria, Ed.) Cantabria: Gobierno de Cantabria, Consejería de Educación.
- Bruner, J. (1978). *El proceso mental en el aprendizaje*. Narcea. Madrid.
- Cabrera, S., & Fariñas, G. (2005). El estudio de los estilos de aprendizaje desde una perspectiva vigostkiana: una aproximación conceptual. *Revista Iberoamericana de Educación* , 1 (37), 1-8.
- Cervantes, I. (2014). *Centro Virtual Cervantes*. Recuperado el 15 de Mayo de 2014, de <http://cvc.cervantes.es/>
- Costa, J. (1999). *La Comunicación en acción*. Barcelona: Editorial Ciac.
- Donges, J. (2008). Aprendizaje de una lengua . *Mente & Cerebro* , 91-96.
- Educación, P. N. (2006). *Manual de Estilos de Aprendizaje*. Chile: Secretaria de Educación Pública.
- Félix, A., Orti, M., & Agudo, Y. (2007). *Métodos y técnicas de investigación* . Madrid: Centro de estudios Ramón Areces.
- Ferreya, H. A., & Pedrazzi, G. (2007). *Teorías y enfoques psicoeducativos del aprendizaje*. Buenos Aires: Noveduc Libros.
- Garrido, F. J. (2000). *Comunicación Estratégica*. Barcelona.
- Hax, M. y. (1996). *Gestion de empresas con una vision estrategica*. Santiago de Chile: Dolmen.
- Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Métología de la Investigación*. Madrid: Mc Graw-Hill.
- Jonassen, D. H. (1991). *Evaluating constructivistic learning*. *Educational Technology*.
- Krüger, K. (2006). *El concepto de 'sociedad del conocimiento'*. *revista bibliográfica de geografía y ciencias sociales* , XI.
- Massoni, S. (2008). *Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo*. Rosario, Argentina: Homo Sapiens Ediciones.

- Morrás, Á. S. (2011). *EBSCOHOST*. Recuperado el 16 de Agosto de 2014, de [https://bases.javeriana.edu.co/f5-w-687474703a2f2f6564732e622e656273636f686f73742e636f6d\\$\\$/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=10&sid=783ca10d-1bca-4442-b9ad-61769422cff4%40sessionmgr112&hid=107](https://bases.javeriana.edu.co/f5-w-687474703a2f2f6564732e622e656273636f686f73742e636f6d$$/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=10&sid=783ca10d-1bca-4442-b9ad-61769422cff4%40sessionmgr112&hid=107)
- Naohum, C. (1961). *La entrevista psicologica*. Buenos Aires: Editorial Kapeluz.
- Ocaña, J. A. (2010). *Mapas mentales y estilos de aprendizaje (Estrategias de aprendizaje)*. España: Club Universitario.
- Pérez, R. A. (2001). *Estrategias de Comunicación*. Barcelona: Ariel Comunicación.
- Pozo, J. I., Scheuer, N., Mateos, M., Martín, E., & De la Cruz, M. (2009). *Nuevas Formas de pensar la Enseñanza y el Aprendizaje*. Barcelona: Editorial GRAÓ.
- Pozo, J. I. (2006). *Teorías cognitivas del Aprendizaje*. Madrid: Morata.
- Premack, D., & Premack, A. J. (1996). *Why animals lack pedagogy and some cultures have more of it than others*. Malden, MA: Blackwell Publishers Inc.
- Psicopedagogia. (2014). *PsicoPedagogía*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2014, de PsicoPedagogía:
<http://www.psicopedagogia.com/definicion/teoria%20del%20aprendizaje%20de%20vigotsky>
- Quinn, J. (1980). *Strategies for change*. Estados Unidos: Homewood.
- Rivas N., M. (2008). *Procesos cognitivos y aprendizaje significativo*. Madrid: Consejería de Educación.
- Rivas Navarro, M. (2008). *Procesos cognitivos y aprendizaje significativo*. Madrid: Consejería de Educación.
- Romero, L., & Salinas, V. (2010). Estilos de aprendizaje basados en el modelo de Kolb en la educación virtual. *Revista Apertura*, 2 (1), 1-26.
- Romo, M. E., López, D., & López, I. (2006). ¿Eres visual, auditivo o kinestésico? Estilos de aprendizaje desde el modelo de programación neurolingüística (PNL). *Revista Iberoamericana de Educación*, 2 (38), 1-9.
- Schunk, D. H. (1997). *Teorías del aprendizaje*. Prentice-Hall.
- Serrano, J. M. (2011). *EBSCOHOST*. Recuperado el 12 de Agosto de Agosto de 2014, de <https://bases.javeriana.edu.co/f5->

687474703a2f2f6564732e622e656273636f686f73742e636f6d\$\$/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=5&sid=783ca10d-1bca-4442-b9ad-61769422cff4%40sessionmgr112&hid=107

Siemens, G. (2004). *Conectivismo: Una teoría de aprendizaje para la era digital*.

Taylor, S., & Bogdan, R. (1992). *Introducción a los métodos cualitativos en investigación, la búsqueda de los significados*. . Espana : Paidós.

UOC METIC. (2014). Recuperado el 15 de Agosto de Agosto de 2014, de <http://uocmetic-grupo5.wikispaces.com/6.+Tabla+comparativa+de+las+teor%C3%ADas>